n° 80 avril 13

Mensuel du Club de la Presse Méditerranée 06

InterMed

www.clubpresse06.com

ISSN 2107-7002

Sale temps pour les pigistes

L'EDITO

• Par Paul Barelli

Le journalisme n'est pas mort

Jamais sans doute, la profession de journaliste n'a été autant précarisée. La « crise », fait aggravant certes, est en réalité récurrente dans ce métier, longtemps considéré comme de « saltimbanques ». Le taux de chômage s'avère un des plus forts. La disparition, entamée depuis plusieurs décennies, de nombreux grands titres de la presse française, la diminution alarmante des recettes publicitaires, le coût de la distribution, l'accès gratuit à l'information via le net.

Tous ces facteurs économiques ont contribué à fragiliser les journalistes pigistes. C'est la raison pour laquelle le Club de la presse a décidé de consacrer un dossier à ces « soutiers » de l'info. Le mot ne doit pas être pris dans son sens péjoratif. Les pigistes suent sang et eau pour parvenir à vivre - survivre - de leurs écrits. La plupart, cependant, ont la passion chevillée au corps. Et c'est avec les « tripes » que l'on fait du bon journalisme.

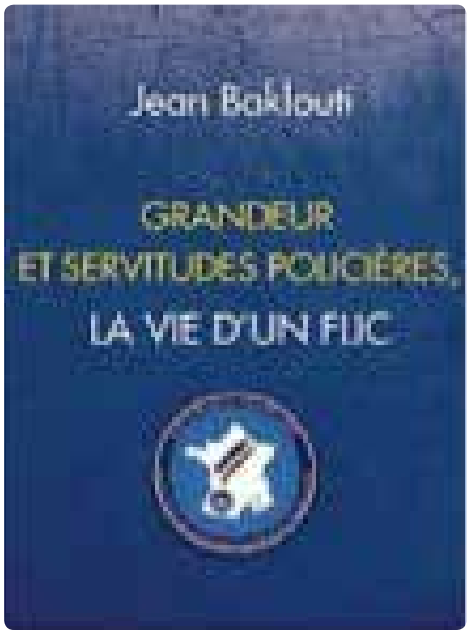
Non ! Les journaux, menacés certes, ne sont pas tous voués à une mort annoncée ! La révolution numérique modifie les attentes du public. Elle peut générer de nouveaux espaces, des emplois. Les journalistes devront maîtriser les nouvelles technologies.

Le « data journalisme », ou journalisme de données, largement utilisé aux USA peut renforcer la crédibilité de notre profession. •

EN BREF

Déjeuner débat avec Jean Baklouti ancien responsable de la DST

Mardi 23 avril à 12h30 (Hôtel AC Marriott Nice)



Le CPM06 propose à ses membres journalistes une rencontre avec Jean Baklouti, ancien responsable de la DST. Ce déjeuner débat aura lieu le mardi 23 avril à 12h30 à l'hôtel AC Marriott, à Nice (ex Elysée Palace - 59, promenade des Anglais).

Rendez-vous exceptionnel : le témoignage d'un homme qui a consacré une grande partie de sa vie au service du contre- espionnage. Jean Baklouti, homme de l'ombre, dévoile les dossiers les plus sensibles de la deuxième moitié du XX^{e} siécle. La lutte contre les espions de l'Est, le terrorisme sous toutes ses formes, la traque de Carlos, le dossier Kadhafi, l'évaluation des risques internationaux.

Fort de son expérience, Jean Baklouti décrypte l'évolution récente de la lutte contre le terrorisme en France.

Ce déjeuner débat s'articulera autour de son livre "Grandeur et servitudes policières - La vie d'un flic", Editions Benevent, novembre 2011. •

Réservation au 04 93 88 32 54.
Attention : nombre de places limitées.
Tarif : 20 euros

SOMMAIRE

Infos / En Bref ---------- 2
Actu : Focus ----------11
Actu : Tribunes ------- -13
Côté Livres ----------17
Livre de journaliste ---19
Entre Nous ---------- 22
Dossier du Mois ------- 23
Focus Médias ---------- 31
Focus Partenaires------ 33
Actu photos ---------- 36

L'événement de mars

Le CPM06 en visite au CIC de la police nationale (Nice)

● Par Pierre-Olivier Burdin

© CPM06

A l'invitation de Marcel Authier, Directeur Départemental de la Sécurité Publique (DDSP) des Alpes-Maritimes, les journalistes du CPM 06 ont eu l'opportunité de visiter, le 26 mars 2013, le Centre d'Information et de Commandement de la Police nationale à Nice.

Tous les appels adressés au 17 parviennent dans les locaux du CIC. Environ un millier d'appels par jour réceptionnés par plusieurs fonctionnaires. Un important travail de tri s'effectue alors. Certains appels ne nécessitent pas d'intervention, d'autres peuvent même être des canulars, « *un délit puni par la loi* » rappelle Marcel Authier.

Après écrémage, les fiches informatiques sont transmises à des opérateurs radios répartis sur deux districts : Nice et Cannes. Leur travail consiste à prioriser les interventions, géolocaliser les patrouilles de police les plus proches et répartir les équipages. Pour des cas jugés graves, comme un homicide ou un vol à main armée, les opérateurs peuvent requérir un dispositif plus étoffé. Le Major Bruno Decrette, chef d'opération au sein du CIC, dénombre « *environ 180 interventions par jour dans les Alpes-Maritimes* ».

Les policiers du CIC ne peuvent pas jouer les « Big Brother »

Dans la salle du Centre d'Information et de Commandement, une dizaine d'écrans diffuse en continu des images des rues niçoises. Les images et les quartiers observés se succèdent en fonction des appels reçus et des demandes adressées à la police municipale. « *Nous avons la possibilité de prendre la main sur deux caméras de la ville de manière simultanée*, commente le Major Decrette. *Cela peut nous être utile afin de suivre l'itinéraire d'un agresseur, en temps réel ou sur enregistrement.* » Détail frappant : dès qu'une caméra effectue un plan serré sur un immeuble, un filtre se met automatiquement en place pour en flouter les fenêtres. Les policiers du CIC ne peuvent donc pas jouer les « Big Brother ».

Pour renforcer leur efficacité, les fonctionnaires s'appuient également sur un plan numérique de la ville où figure l'implantation de toutes les caméras. Une autre carte leur permet d'observer la position de chaque équipage mobile de police en temps réel. Des codes couleurs renseignent sur leur statut et le type d'intervention. Cependant, ce précieux renfort de technologie n'empêche pas « *l'humain et l'œil policier de rester indispensables*, selon Marcel Authier. Le *CIC fait appel à des policiers spécialisés. Cette mission nécessite des qualités propres. Le sens de l'analyse et du commandement notamment, afin de gérer les équipages sur le terrain. Mais nous avons aussi besoin du traditionnel flair du policier.* » Au sein du CIC de Nice, ils sont 56 agents à se relayer pour gérer les appels et piloter les interventions. ●

L'actu vue par Kristian…

Alerte au phishing, nouvelle menace sur internet

Le phishing (ou hameçonnage) est une technique de piratage, qui consiste à adresser à des internautes un email prenant l'apparence d'un message émis par un organisme que vous connaissez et à les rediriger vers un site Internet frauduleux. Le but est toujours de récupérer vos données confidentielles. Pourtant, aucun organisme ne demandera de transmettre ou de mettre à jour ce type de données par internet.

Quels sont les recours, si vous en êtes victimes ?

Déposer une plainte : www.pre-plainte-en-ligne.gouv.fr/

Et tenter de négocier avec votre banque la prise en charge. Elle pourra faire un geste commercial, mais rien n'est moins sûr, car rien ne l'y oblige.

Qui prévenir ? : "Info escroqueries" au 0 811 02 02 17 (coût d'un appel local) pour toute demande de renseignement et sur le site www.internet-signalement.gouv.fr pour signaler un courriel ou un site internet d'escroquerie. ●

Source : La clinique informatique - 16 Rue Foncet, 06000 Nice - 04 93 13 89 81

Grand Prix UCC Med : les plus belles campagnes de Com' de l'année

GRAND PRIX UCCM

AD AUGUSTA PER ANGUSTA

L'Union des Conseils en Communication Méditerranée lance son premier Grand Prix de la Communication en partenariat avec le Cercle des Dircoms et le Club Médias Méditerranée. L'objectif de ce concours est de récompenser les plus belles campagnes de communication stratégiques, créatives et efficaces, réalisées par des agences du Grand Sud (PACA et LR).

La manifestation de remise des prix se tiendra le 16 mai 2013 à l'Espace Julien à Marseille.

7 catégories de prix permettront de récompenser les agences conseil en fonction des enjeux de communication pour lesquels elles sont consultées, quel que soit leur métier. Date limite d'envoi des dossiers : le 12 avril 2013. ●

Inscriptions : www.ucc-med.com/grand_prix/grand_prix.php

24e Semaine de la presse dans l'école : le CPM06 répond présent !

• Par Pierre-Olivier Burdin

© CPM06

Le Club de la presse Méditerranée 06 a apporté son soutien tout au long de la 24e Semaine de la Presse dans l'école, organisée dans l'académie de Nice en mars. Le Club a ainsi fourni son expertise lors de la journée Marathon presse, organisée au CRDP de Nice. Deux journalistes, Jean-Pierre Amet (Fedephoto) et Matthias Galante (Le Parisien et Reuters), ont ainsi dispensé quelques conseils à leurs confrères d'un jour.

L'objectif de cette journée était de sensibiliser les élèves de quatre établissements niçois (collèges et lycées) au traitement de l'information à travers différents ateliers pratiques. Après une matinée consacrée au choix des sujets puis à la réalisation de reportages et d'interviews, les journalistes en herbe sont ensuite entrés en phase de production. Sous l'œil avisé des deux ambassadeurs du CPM06 et de Corinne Christophe, responsable de l'E-Forum du CRDP. En attendant de savoir si cette journée a suscité des vocations, le résultat de ce travail sera publié très prochainement sur les sites internet du CLEMI et du CRDP.

Toujours dans le cadre de la Semaine de la Presse dans l'école, le premier Café Médias du CLEMI a eu lieu vendredi 29 mars au café Bloom, à Nice. Cette soirée était la première d'un cycle de sept rencontres autour des médias. Thème de ce premier café : « Jamais sans ma tablette ». Un sujet d'actualité, tant le numérique est devenu omniprésent dans notre quotidien. Le débat a rassemblé une trentaine de participants aux profils variés : enseignants, élèves, chefs d'établissements, élus, journalistes et un invité de marque, chargé d'apporter son éclairage : Olivier le Deuff, maître de conférence à l'université Bordeaux III, dans la filière Information et Communication. Ce dernier est revenu sur l'utilisation des nouvelles technologies dans un cadre pédagogique. Directement concernés, les participants n'ont pas manqué de rebondir sur ce thème. ●

Des totems et une radio en ouverture

• Par Julien Camy

Lundi 25 mars, au lycée des Eucalyptus, de drôles de tiges métalliques avaient poussé dans la cour. En s'approchant, on pouvait voir que les faces de chacune d'elle comportaient un QR Code. Celui-ci, grâce à un petit logiciel à télécharger sur smartphone ou tablette, renvoie directement sur différents organes de presse (Nice Matin, France Bleu, France 3, Mediapart, BFM) mais aussi vers les collectivités territoriales (Région, département), des lieux culturels (Villa Arson), des sites d'orientation scolaire, etc… Des lycéens étaient chargés d'en faire la démonstration, tablette à la main. L'objectif est de les encourager à lire et à s'informer.

© J. CAMY

Quelques minutes plus tard, la recteur, Claire Lovisi, accompagnée par la conseillère général Dominique Estrosi-Sassone, inaugurèrent la 1ère classe médias numérique au collège Jules Romains. Alors qu'il y a quelques mois à peine, ces élèves de 6ème n'avaient jamais ouvert un journal de leur vie, ils ont tenu en direct une émission de radio. Posant des questions à Mme Le Recteur ainsi qu'à la femme politique, on aurait dit de vrais professionnels. Cette webradio « Moulins News Radio » s'accompagne d'un journal en ligne « moulins-news.com » traitant de sujets de proximité autour de leur quartier.

La semaine de la presse était cette année sous le signe du numérique et cette ouverture, au travers de ces deux événements, a permis de montrer le spectre très large des champs d'investigations numérique dans laquelle, à la fois l'école et la presse doivent se plonger. ●

Vins&Gastronomie magazine : un supplément gratuit distribué en Chine

A l'occasion du salon des vins méditerranéens VINISUD ASIA qui s'est tenu du 26 au 28 février dernier à Shanghai, le magazine Vins&Gastronomie a édité pour l'occasion un supplément spécial distribué gratuitement sur place aux visiteurs, acheteurs de vins pour la plupart, venus de toute l'Asie. La coordination éditoriale de ce magazine de 32 pages bilingues (français/anglais) a été assurée par le Rédacteur en chef adjoint Pierre Jamar, membre du CPM06 : « A destination de ces pays qui s'ouvrent aux vins, ce magazine à la couverture volontairement accrocheuse a été conçu à la fois comme le reflet et l'ambassadeur de l'excellence à la française. Il met en valeur de façon pédagogique et illustrée les régions viticoles du Sud de la France, en liaison avec la gastronomie : Vallée du Rhône, Provence, Corse, Languedoc, Roussillon, Sud-Ouest ». Sous-titré « Les Grands Vins et Alcools de France », ce magazine a été imprimé à Monaco (Multiprint). Du « made in France and Monaco » entre les mains des Chinois donc, cela change ! ●

www.vinsetgastronomie.com
www.facebook.com/vinsetgastronomie

OGC Nice : carton rouge aux supporters

Suite aux incidents survenus lors du match de L1 Nice-Marseille au cours desquels les photographes de presse (AFP, Reuters, l'Equipe…) installés derrière le but de David Ospina, ont été pris à partie (insultes, crachats) par des supporters niçois, Michaël Lefebvre Président de l'UJSF Côte d'Azur-Monaco a été reçu par Julien Fournier, Directeur Général de l'OGC Nice et le Président Jean-Pierre Rivière. Il leur a fait part des conditions inacceptables dans lesquelles ont travaillé les photographes. Les dirigeant du club ont également fermement condamné les agissements de ces "supporters". Le CPM06 apporte son soutien aux photo-journalistes et espère que de tels comportements ne se reproduiront plus. ●

Premier salon virtuel Talents Handicap 13 et 14 juin dans les A-M

Le premier salon virtuel 3D de recrutement de candidats en situation de handicap va se tenir dans les Alpes-Maritimes les 13 et 14 juin prochain. Ne cherchez pas l'adresse de ce salon, il sera totalement dématérialisé ! Employeurs et candidats pourront arpenter ses allées grâce à une interface 3D et consulter les offres en direct. Un accès à distance qui va sans doute faciliter la vie de nombreuses personnes en situation de handicap. Organisé conjointement par la société Newnet 3D, la CCI Nice Côte d'Azur et l'e-DRH06, ce salon disposera de stands employeurs ou conseils et de salles de conférence. Offres d'emplois, conférences, job-dating, tables rondes, témoignages et documentations seront accessibles durant les deux jours. « Les entreprises des Alpes-Maritimes sont sensibles à cette facette du recrutement et vont jouer le jeu lors de ce salon », assurent Karine Bennani, Présidente de Newnet3D. Rappelons que la législation impose aux entreprises de plus de 20 salariés un quota de 6 % de personnes handicapées au sein de leur effectif sous peine d'amendes. ●

Renseignements et inscriptions :
04 92 02 59 41 / karine.bennani@newnet3d.com

Lancement du *Médiascom' 06*

14 mars 2013 à Nice Acropolis

Photos © CPM06 / Laurent COLONNA

L'événement d'avril

Data Journalisme : le CPM06 ouvre un débat majeur

© CPM06

« Trop d'infos tuent l'info ! » Journaliste, chef d'entreprise, étudiant, internaute, chercheur : qui n'a pas dressé ce constat ? La révolution numérique bouleverse nos vies. Et si la toile peut être comparé à la langue d'Esope - c'est à la fois la pire et la meilleure des choses -, le déferlement d'informations généré par internet implique une nouvelle approche du métier de journaliste.

Les journalistes doivent s'adapter à ces nouvelles techniques numériques, les utiliser. C'est dans ce contexte que s'est développé le data journalisme. Sous ce vocable un peu barbare se dissimule : le journalisme de données. Le « data journalisme » est un ensemble de méthodes de récolte, d'analyse et de présentation de données statistiques. C'est également un mouvement, qui prône la mise à disposition du public des millions de données que mairies, préfectures et autres institutions conservent plus ou moins jalousement.

En consacrant une réunion au data journalisme, le Club de la Presse Méditerranée 06 a ouvert le 4 avril un débat majeur sur l'exercice de notre métier. Sous un titre un peu provocateur - Data journalisme : et si on "hackait" les municipales? » la réunion a permis de faire un large tour d'horizon de cet outil technique encore peu utilisé en France. Mais qui pourrait occuper une place prépondérante à l'occasion des élections municipales, en mars 2014, dont la pré-campagne a débuté. Nul doute, en effet, que les débats, déjà amorcés, porteront sur les « bilans », la gestion municipale chiffrée des candidats, en particulier des sortants.

Quel maire de la Côte d'Azur a le plus investi dans les écoles ? Dans sa propre communication? Cet édile a-t-il réduit, comme il l'affirme, l'écart entre riches et pauvres ? Les impôts ? Ce type de questions et la façon dont nous, journalistes, y répondrons, seront au coeur de la campagne des municipales.

Afin de décrypter ce qu'est le data journalisme, le CPM06 sous la férule de Flavien Plouzennec, journaliste webmaster à Nice-Matin, et de l'équipe de notre Conseil d'administration, a invité trois « experts ».

● Par Paul Barelli

Cédric Motte, journaliste, formateur et consultant. Il intervient dans les rédactions (L'Express, Le Soir, La Provence) pour former les journalistes aux outils du web. Il est à l'initiative de "Newsressources", sorte de boîte à outils collaborative pour les journalistes.

Autre intervenant : Paul-Alexis Bernard, responsable pédagogique multimédia de l'ESJ Pro (Ecole Supérieure de journalisme). Il intervient dans les rédactions (L'Equipe, Métro, Nice-Matin) en tant que formateur et/ou pilote de projets éditoriaux. Ex-journaliste au Courrier Picard dont il a redessiné le site, il est un excellent connaisseur de l'information locale.

Enfin, autre invité : Jean-François Carrasco, consultant en technologies mobiles et vice-président du conseil de développement de la Communauté d'agglomération de Sophia-Antipolis (Casa). Féru de démocratie participative, il a co-organisé l'été dernier la première conférence "Open data" de la technopole.

Data-journalisme : l'expérience du Los Angeles Times

Avec humour, Cédric Motte a tout d'abord constaté que dans la salle, pratiquement personne n'utilisait le data journalisme ! Paul-Alexis Bernard, de son côté a pris un exemple de l'utilisation de cet outil aux Etats-Unis, à Los Angeles, par le Los Angeles Time. Ce journal s'est lancé dans cette technique il y a six ans, en créant un regroupement des données locales publiques sur une carte (population, délinquance).

Les journalistes californiens ont réalisé une application permettant de naviguer dans toutes ces données publiques. Puis, ils

© CPM06

ont interrogé les lecteurs sur la manière dont ces derniers percevaient les quartiers de Los Angeles. Ils leur ont demandé quel était le dessin de leur quartier. Grâce à une carte numérique, il est possible de rentrer dans un quartier, de connaître par exemple la répartition des équipements sportifs ou le taux de criminalité, les proportions ethniques de population (illégal en France mais pas aux USA). Le principe de départ est assez simple. Les journalistes récupèrent les données, les insèrent en créant une carte, un graphique ou une application. Il est proposé au lecteur où à l'internaute d'accéder aux données par des biais géographiques thématiques.

Autre exemple de data journalisme, celui qui consiste à répondre à la question : comment mesurer l'activité de votre député ? Une association Regards Citoyens, qui gère NosDéputés.fr, a créé l'application permettant de voir dans le temps l'activité de votre parlementaire : fait-il beaucoup d'interventions ? NosDéputés.fr établit un travail de veille et d'archivage d'informations concernant les députés à partir de données publiques (issues notamment du site de l'Assemblée nationale et des publications du Journal Officiel), pointant par exemple leur assiduité dans l'hémicycle. En août dernier, le ministre en charge des relations avec le Parlement, Alain Vidalies, a cependant jeté un pavé dans la marre en remettant en cause l'approche quantitative de cette initiative, qui pousserait selon lui les parlementaires à user de techniques peu favorables au bon fonctionnement des institutions parlementaires, dans l'unique but de monter dans le classement du site.

Dans les colonnes de PC INpact, Alain Vidalies avait annoncé qu'il souhaitait qu'une « *sorte de pôle de réflexion* » soit mise en place en 2013, « *afin de rendre plus efficiente encore la transparence promue par ce site* ». L'association Regards Citoyens, qui gère NosDéputés.fr, avait alors rencontré l'équipe du ministre, et n'avait pas manqué de répondre publiquement aux critiques.

Open Data : en France des progrès à faire

Force est de constater que, jusqu'à présent, les institutions françaises se sont montrées réticentes à divulguer des données relativement ouvertes. Les mentalités sont en train d'évoluer d'autant que la législation favorise désormais l'accès à l'information. La mise à disposition des données publiques devenue une obligation légale.

Pour une collectivité, l'open data consiste à publier sur une plateforme des informations, statistiques, des horaires, données économiques et financières sur des territoires. L'open data qui permet de fournir des sources d'information fiables pour les journalistes, chercheurs, ouvre la voie à la création d'applications qui peuvent être profitable au grand public.

Un exemple a été évoqué lors de notre débat. Une application sur internet dans une ville donnée réunissant les horaires des bus, la géo-localisation des arrêts ou la hauteur des trottoirs peut faciliter l'accès aux transports en commun des personnes à mobilité réduite. Dans l'Hexagone, en matière de d'ouverture des données, les villes de Nantes et Rennes ont été en pointe.

« *Les institutions en France ont encore beaucoup de mal à fournir des informations* » a souligné Cédric Motte. Si par exemple une préfecture rechigne à divulguer des statistiques sur la délinquance dans tel ou tel secteur. Désormais, elle y sera contrainte légalement. Bien sur cela va prendre du temps en France

L'ouverture des données publiques est un phénomène bien réel… aux Etats-Unis, Barack Obama s'est engagé à faire en sorte que les données publiques américaines soient publiées par toutes les institutions et collectivités, y compris par l'Etat fédéral.

« *D'une manière générale, quand un journaliste, un chercheur, un citoyen ne peut obtenir des données, il va les chercher* » indique Cédric Motte en citant un exemple singulier.

En 2012, lors des JO de Londres, les transports londoniens ne voulaient pas

fournir des informations sur les stations de métro. Un informaticien, adepte du dicton « *si vous ne le faites pas, il y a quelqu'un qui le fera pour vous !* » a cartographié en quelques semaines avec son mobile la totalité du réseau du « Tube » londonien. Pui il a réalisé un site web destiné aux usagers qui peuvent ainsi venir trouver l'information pratique. En trois jours il a eu tellement d'utilisateurs par bouche à oreille que les serveurs des transports londoniens ont été saturés. Il n'a pas fait l'objet de poursuites dans la mesure où il n'avait rien piraté.

Depuis, les transports londoniens (TFL) ont modernisé leur visibilité numérique. A Paris, la RATP dispose d'un site internet mobile qui permet aux usagers d'optimiser leurs déplacements en Ile-de-France avec de l'information en temps réel et une localisation exacte des points d'arrêts bus sur Google Map.

Tous ces exemples témoignent de l'extraordinaire réservoir de collectes de données dans le monde. En cette matière, de nouvelles voies s'ouvrent aux journalistes qui peuvent crédibiliser leurs écrits, grâce au data journalisme.

Comme l'ont constaté les participants à ce débat : « *le rôle du journaliste n'est pas tant de créer une application mais d'apporter aux lecteurs, aux internautes une explication, rendre lisibles les graphiques, apporter une valeur ajoutée.* ». Faire son métier de journaliste. Tout simplement. ●

L'IUT de Cannes bientôt reconnu par la profession

L'IUT de Cannes, rattaché à l'Université de Nice, devrait voir prochainement sa formation au journalisme reconnue par la profession. Réunie le 30 janvier, la Commission paritaire nationale pour l'emploi et la formation des journalistes (CPNEJ) a rendu un avis favorable à cette reconnaissance. Il reste aux partenaires sociaux à valider cette décision par un avenant à la convention collective. ●

L'actu vue par Kristian…

Eric Fottorino à l'Ecole de journalisme de Nice

Eric Fottorino, ancien directeur du journal Le Monde, a donné une conférence, le 20 mars, devant les étudiants de l'EDJ à Nice. Une belle leçon de journalisme. Il a évoqué sa vision de cette profession devant des étudiants passionnés : « *Si vous choisissez ce métier c'est que vous acceptez de ne pas avoir de préjugés, d'idées reçues, d'avoir envie de pénétrer dans des univers très différents et peut-être de ne pas toujours les comprendre…. Le journalisme c'est une pédagogie, une capacité à faire comprendre. On ne peut pas faire ce métier si on n'a pas dans la tête que la réalité nous résiste toujours et qu'elle est multiple. Il faut aller la chercher, la brusquer* ». ●

INTERVIEW

Éric Gaillard : « Nous ne sommes pas des inconscients »

• Propos recueillis par Jean Christophe Magnenet

Photographe pour l'agence de presse Reuters, Eric Gaillard, basé à Nice, a couvert au cours de ces derniers mois deux zones de conflits qui ont fait la Une de l'actualité. L'Afghanistan, tout d'abord, lors du retrait des troupes françaises, puis l'intervention de l'armée au Mali. Deux reportages réalisés par un photographe expérimenté, rompu à ce genre de situations, mais dans des conditions de travail très différentes, où les relations avec les militaires se sont avérées complexes.

Vous avez couvert à l'automne dernier le retrait des troupes françaises d'Afghanistan, « embedded* » avec l'armée tricolore. Quelles étaient les conditions de travail ?

Nous étions à 100% accompagnés par l'armée. On était pris en charge dès l'aéroport de Kaboul, qui est complètement fermé. Nous avons été logés au camp principal, où une énorme base héberge des soldats de plusieurs nationalités. Chaque jour nous partions en opérations avec les Français. J'ai donc assisté à la transmission de pouvoir aux Afghans.

Éric Gaillard a couvert pour l'agence Reuters l'intervention de l'armée française au Mali. © DR

Quel était le niveau de sécurité ?

La sécurité était maximale. Lorsqu'ils te récupèrent à l'aéroport, les militaires te disent « *Bienvenue à Kaboul* », et en même temps te donnent gilet pare-balles et casque, avant de monter dans un véhicule blindé.

Si être « embedded » assure une sécurité, cela a-t-il entravé votre liberté de travail ?

Les militaires contrôlent tout. Ils font attention à ce que rien ne soit gênant pour eux. Un soir je suis sorti de mon 'algeco', au sein du camp, faire des photos sans officier de presse dans le quartier portugais. On m'a fait remarquer dès le lendemain que même sur le camp je devais être toujours accompagné d'un officier de presse, qui est là - en théorie - pour t'aiguiller, te faciliter la tache.

… et parfois refuser des prises de vue ?

C'est toujours dit de manière subjective. L'officier ne t'empêchera pas directement de prendre une photo, mais sera très suggestif, avec des « *Pourquoi photographiez-vous ça ?* », etc.

En janvier, vous êtes ensuite parti pour le Mali, suivre l'intervention française. Egalement « embedded » ?

Dès que la guerre la commencé, on a fait une demande d' « embedded », que l'état major de l'armée a pris en compte en nous disant « *On vous tient au courant* ». A Bamako, sur la base aérienne où les militaires français étaient installés, il fallait obligatoirement passer par un officier de presse pour entrer dans la base. Afin d'être « embedded », j'ai fait sur place des demandes par mail, sms, téléphone, sans jamais avoir de réponses. Et sans ça, impossible de rentrer dans le camp, et de faire des

INTERVIEW

« Un nombre important de journaliste a en effet pris des risques pour éviter des barrages où ils étaient bloqués, et ont coupé à travers la campagne. Le risque ? Se faire tirer dessus par des Maliens ou des Français qui se demandent qui tu es. » © DR

photos de militaires français.

Ne pas être « embedded » a donc cette fois sérieusement compliqué votre tâche ?

C'est en effet devenu beaucoup plus compliqué quand les troupes françaises ont commencé à avancer à l'intérieur du pays. Elles sont parties avec des médias embarqués, notamment les grandes chaines de TV françaises. De mon côté j'attendais toujours un retour du service de presse... J'ai fini par partir de moi-même. Et quand tu pars de toi-même, c'est à tes risques et périls.

C'est-à-dire ?

Ne pas être « embedded » s'est traduit par être bloqué à des barrages mis en place par les militaires maliens sur la route des combats, en invoquant des raisons de sécurité. Résultat : on a pu rester jusqu'à 5 h à 7 h sur des barrages à attendre que cela se débloque.

Avez-vous finalement réussi à faire tout de même des photos ?

Oui, on est arrivé dans des villes qui avaient été libérées, mais 48h plus tard… Nous étions du coup toujours à contretemps, on arrivait toujours derrière. C'était impossible d'arriver en même temps que les militaires, à moins d'être « embedded ».

Et côté sécurité ?

Quand j'entends le ministre de la défense, Jean-Yves Le Drian, dire « *On a aidé et protégé près de 400 journalistes* », je ne me considère pas dans le lot. Un nombre important de journaliste a en effet pris des risques pour éviter des barrages où ils étaient bloqués, et ont coupé à travers la campagne. Le risque ? Se faire tirer dessus par des Maliens ou des Français qui se demandent qui tu es. On n'a pas à empêcher les journalistes de se rendre sur une zone de conflit. Nous sommes de grands garçons. On fait un métier dont on connait les risques. On les évalue sur place. Empêcher les journalistes d'avancer c'est les inciter à prendre des risques. Nous ne sommes pas des têtes brulées. ●

**embarqué*

DÉCRYPTAGE MÉDIAS

La Tribune libre du Club de la presse Méditerranée 06

La presse se désintéresse-t-elle de la construction européenne ?

• Par Pascal Teisseire

Notre journal Intermed ouvre une tribune libre à des personnalités, auteurs chercheurs, qui livrent leurs réflexions sur le journalisme et les médias. Aujourd'hui : Pascal Teisseire Membre du CODIR du Mouvement européen des Alpes Maritimes (ME06), animateur du Groupe de travail sur la Défense pour l'Université d'automne du MEF en 2010.

La construction européenne est toujours en chantier (n'est-ce pas d'ailleurs un pléonasme ?) et son bilan demeure difficile à apprécier dans un monde en devenir, ce qui suscite à la fois impatience ou incompréhension, voire rejet. Comment la presse accompagne-t-elle un mouvement aussi complexe ?

Bien entendu, les médias rapportent les prises de positions de nos politiques. Mais ces derniers brouillent souvent les pistes en prenant à leur compte les succès de la politique européenne, tout en imputant à « Bruxelles » leurs propres erreurs ou manquements. Les chefs d'exécutifs, publiquement favorables à l'intégration, redoutent en même temps la supranationalité et l'abandon de pouvoir qu'elle implique.

Le parlement européen à Bruxelles. © DR

Info ou intox ? L'Europe accusée de tous les maux !

Du côté des citoyens, c'est la défiance ! Pourtant, nous gouvernons indirectement par le biais de nos chefs d'Etats respectifs qui composent le Conseil Européen et animent la Commission. En outre, nous élisons directement nos députés au Parlement européen qui, aujourd'hui, débat sur toutes les mesures décisives. Malheureusement, nos représentants sont élus avec une faible participation et, le plus souvent, selon des critères purement nationalistes. On reproche à l'Europe son libéralisme économique ? L'alliance qui prône cette politique est majoritaire au Parlement !

En fait, les contrevérités, en s'accumulant, sèment le doute et le trouble. Au plan commercial, on accuse l'Europe de mal se défendre face à la Chine, alors que les exportations de l'UE vers ce pays ne cessent d'augmenter[1] et que les relations bilatérales ne se limitent pas qu'à cette question. Et les lobbies, ils existent bien… mais comme partout dans le monde auprès de tous les centres de décision. Aussi, des centaines de membres de la Commission[2] (qui en compte 23 600 au total) travaillent en poste hors de l'Union… et tentent aussi d'influer ! Même les institutions culturelles, comme la Chaire Jean-Monnet, organisent rencontres ou séminaires à l'étranger afin de favoriser l'investissement étranger en Europe et les exportations européennes.

La Commission aurait voulu imposer des formes aux bananes et aux concombres ?! Il s'agissait juste de définir des calibres. Bruxelles aurait même tenté de « tuer le pompiste français » (sans doute pour favoriser le plombier polonais) : ce fut ici les conséquences d'un retard dans la transposition en droit français d'une mesure, non seulement subventionnée, mais prorogée par la suite[3]. Bruxelles, enfin, se livrerait à la gabegie financière ?! Le budget de l'Union représente à peine plus d'1% du PIB européen. En 2012, l'administration était dotée de 8,3 milliards d'euros, ce qui représente 5,6% d'un budget total de 147 milliards[4] , dont l'essentiel est consacré à des programmes de promotion et d'investissement.

Bien entendu, le débat sur l'Euro revêt un caractère technique, mais il est abordable. La hausse des prix ? C'est surtout le logement qui grève le budget des Français. Et ce sont les mesures favorisant la croissance via l'investissement locatif qui ont engendré spéculation immobilière et inflation des loyers. L'euro fort plomberait nos exportations ?! Mais les entreprises françaises exportatrices, bien que stratégiques, sont très minoritaires et exportent majoritairement au sein de la zone euro. En outre, le gros de notre déficit commercial est du à nos importations d'énergie, payées en dollars et qu'un euro faible renchérirait. Les carburants, par exemple, seraient encore plus chers ! L'euro-fort protège en fait notre pouvoir d'achat. Enfin,

© DR

si « l'Euroland » était si peu attractif, jamais un groupe militaro-industriel aussi important que le britannique BAE-Systems n'aurait souhaité fusionner avec EADS. En attendant, la Croatie adhérera à l'UE dès le mois de juillet 2013 et devrait rapidement rejoindre la zone euro.

Vulgariser sans caricaturer

Quant à la crise économique, elle doit être distinguée de la crise financière qui l'a précédée et provoquée. Or, cette dernière a été jugulée avec un certain succès grâce à une véritable solidarité européenne et à la mise en place de dispositifs durables, tels que le Fonds européen de stabilité financière (FESF). Pour le reste, Chypre n'est rien comparée à la Grèce ou à l'Espagne. Et ces deux pays, ainsi que l'Italie, lèvent aujourd'hui des emprunts à des taux raisonnables.

Au plan social, on appelle à l'harmonisation des politiques. Mais cela est-il si simple ? S'il fallait, par exemple, combiner le dispositif d'aide au logement britannique, avec les congés parentaux Danois (32 semaines minimum) et la couverture santé/retraite française, les budgets exploseraient ! Et comment gérer les arbitrages, en cas de lissage dans tous les Etats membres ? Les conditions sont-elles réunies dans tous les pays ? Nous manquons évidemment d'études prospectives et comparatives.

Malheureusement, le budget de l'UE est en baisse de 4,5% pour 2013. Les responsables en sont les membres les plus conservateurs, notamment l'Allemagne, la Grande Bretagne, la Pologne, la Suède, ainsi que la Finlande, dont le Premier ministre proposait en outre récemment une relance via une plus grande ouverture du Marché unique, notamment avec les Etats Unis[5] . Les observateurs, ici, devraient analyser de plus près ces jeux d'influence ainsi que les rapports de pouvoir au sein de l'UE.

L'Union serait sous la domination de la RFA ?! L'Allemagne est-elle la seule à faire valoir sa vision ? Elle demeure par ailleurs le plus gros contributeur au budget européen, juste devant la France. Et n'oublions pas qu'Angela Merkel prépare les élections législatives de septembre. Les discussions sont aussi difficiles avec des Britanniques peu enclins au compromis. Leur participation à la vie européenne est effectivement plus faible du fait de leur absence de la Zone euro et de l'Espace Schengen. Concernant la menace de sortie de L'Union, rien n'est écrit, d'autant que la forte imbrication des économies, après 40 ans d'adhésion, pourrait jouer dans un sens comme dans l'autre[6] . Sans doute l'intégration européenne croissante met-elle le Royaume Uni au pied du mur. David Cameron remettra son poste en jeu d'ici mai 2015 et gère « au bluff » la pression de son opinion agitée par l'UKIP (extrême droite britannique présente au Parlement européen). Une issue favorable à l'Union est pourtant envisageable : on peut en effet compter sur le flegme et le pragmatisme légendaires des Anglais, par ailleurs doués d'un humour et d'une faculté à l'autodérision qui aident au questionnement !

L'Europe sert ainsi d'exutoire et de vecteur de communication interne. Il revient à la presse de décrypter ces messages contradictoires, ce qui implique qu'elle doit pouvoir analyser la situation interne de chaque pays membre.

En attendant, quid de l'Europe de la défense ? Celle-ci avait été relancée fin 1998 par le couple franco-britannique lors du sommet de Saint Malo. Tony Blair et Jacques Chirac prônaient alors le lancement rapide de la Politique étrangère et de sécurité commune (PESC). Les Britanniques ont depuis levé le pied, notamment en matière de recherche. Français et Allemands financent actuellement la plupart des programmes, associés

tantôt aux Polonais, aux Espagnols, aux Italiens ou aux Suédois. L'Allemagne, toutefois, a fait échouer la fusion BAE/EADS par peur d'être marginalisée dans la nouvelle entité. Le sujet est réellement complexe et très sensible.

Et la faiblesse diplomatique de l'Europe ? Notre « Haute représentante de l'Union pour les affaires étrangères et la politique de sécurité », Catherine Ashton, n'a été élue que fin 2009, et le Service européen pour l'action extérieure (SEAE) officiellement lancé qu'en 2011[7]. Pour l'heure, la Haute représentante s'efforce de développer les relations bilatérales. Pour le coup, les chefs d'Etats nationaux demeurent des acteurs majeurs, comme le prouvent les questions malienne et syrienne. On peut quand même regretter que les médias ne se pressent pas pour interviewer madame Ashton et relayer ses déplacements.

Enfin, on critique l'Europe élargie aux 27. Il convient au contraire de célébrer le caractère exceptionnel de cette Union, achèvement sans précédent dans l'histoire de l'Humanité ! Car nous partageons une culture commune façonnée dès l'Antiquité et, plus récemment, marquée par les Lumières, les grands écrivains, philosophes, compositeurs et scientifiques que le sol européen a vus naître. Les souffrances partagées sont autant d'éléments fédérateurs, comme le prouve l'amitié Franco-allemande. La social-démocratie, modèle européen, a permis de gérer le difficile après-guerre en apportant paix et prospérité. N'est-elle pas la mieux à même d'harmoniser les politiques et les économies des différents régimes issus du capitalisme et du collectivisme ?

Un projet commun porteur d'espoir ?

Jamais de peuples ne se sont autant parlés et rejoints, et ceci grâce à un système qui repose justement sur la discussion, le compromis, la solidarité et la transparence. La présidence tournante a même permis à des pays minuscules de gérer la destinée des 500 millions de citoyens ! L'intégration se poursuit et la notion de Fédéralisme fait son chemin, soutenue désormais par Le Président de la Commission, Michael Barroso lui-même.

Il suffit, en France, de demander au citoyen lambda ce qu'il pense de l'Europe. Après avoir énuméré ses craintes et tous les poncifs eurosceptiques, celui-ci libérera son sentiment profond : le manque d'Europe. Les Français veulent plus d'Europe. Ils savent au fond d'eux-mêmes que leur pays n'est qu'une puissance moyenne, bien démunie face aux géants tels que les Etats Unis ou la Chine, l'Inde, la Russie et le Brésil (les fameux BRICs).

L'enjeu pour la presse est important : passablement « franco-français », les médias devraient s'efforcer de mieux relayer l'actualité auprès des citoyens et les aider à appréhender l'Union dans sa diversité et sa complexité. Les spécialistes

Courrier International, l'un des rares médias de langue française à casser les idées pré-conçues sur l'Europe. © Courrier International

des questions européennes sont encore trop peu nombreux. Il revient aussi aux rédactions de créer des cellules de veille. Sait-on d'ailleurs qu'il existe des représentations de la Commission et du Parlement européens à Paris et à Marseille [(8)] ? La communication demeure, bien entendu, un défi majeur. Si le Français est une des 23 « langues officielles et de travail », l'anglais s'est naturellement imposé et généralisé.

Comme l'Europe, les médias doivent muter s'ils veulent gagner en efficacité et en crédibilité. Ils ont le devoir de se former tout en accompagnant un système en perpétuelle évolution. Il faut pour cela combattre les préjugés, surtout si l'on veut permettre au citoyen, qui jusqu'ici subit cette Europe, de s'en rapprocher. On peut, pour cela, s'inspirer de la sagesse d'Umberto Eco dans « Le Nom de la Rose » et, faute de savoir où est la vérité, s'efforcer de regarder mieux ! ●

(1) www.ec.europa.eu - Commission Européenne - MEMO/12/684 - 19/09/2012
(2) www.ec.europa.eu - REF:04:2011:01:20:10.1 - 04/03/13
(3) www.senat.fr/questions/base/2010/qSEQ100312345.html & JO Sénat du 27/01/2011 - page 205
(4) www.ec.europa.eu - Budget 2012 en chiffres
(5) CNN le 03/04/2013
(6) SKEMA Business School - conférence du 26/03/2013 «Entente cordiale? A Franco-British challenge for Europe?»
(7) www.eeas.europa.eu – mars 2013
(8) www.ec.europa.eu/france/index_fr.html & www.europarl.fr/view/fr/index.html

Un monde flou,flou, flou…

• Par Philippe Bellissent*

Il est maintenant loin ce temps où les relations presse se déroulaient dans un jeu à deux, simple et clair avec ses acteurs parfaitement identifiés. Il y avait d'un côté les communicants et de l'autre les journalistes. Les premiers écrivaient en rafale des communiqués de presse, pondaient des dossiers de presse, bon ou mauvais, pertinents ou non, mais du moins savait on qui était qui, et qui faisait quoi. En miroir, dans cette construction du discours médiatique, les journalistes reprenaient ou ne reprenaient pas les infos et pestaient contre ces impénitents bavards, manipulateurs d'opinion de communicants.

Mais ça, c'était avant, comme le dit cette publicité en télé.

Du côté des récepteurs des messages de communication la situation est devenue complètement floue. Est-il encore totalement journaliste celui qui pour boucler une fin de mois difficile va écrire un édito dans un journal municipal ? Est il seulement communicant le rédacteur qui informe un public du fonctionnement d'une organisation. Un journal syndical est il un journal (on parle bien de presse syndicale, non ?) Un journal de la direction n'est il qu'un document de communication ? Les dix dernières années ont vu arriver une presse en ligne pléthorique dans le domaine des nouvelles technologies. Dans la multitude d'articles sur tel ou tel nouveau produit high-tech comment démêler l'info journalistique de la communication produits reprise telle quelle par le média ? Aujourd'hui on ne sait plus vraiment qui fait quoi. Les frontières bien définies du monde des médias sont devenues floues et c'est la métaphore de l'amibe qui s'applique à nos milieux professionnels.

C'est à mon sens l'irruption du blog dans les pratiques d'écriture qui a rendu indiscernables la frontière entre ces deux univers professionnels.

Qu'est ce qu'un blog de journaliste du Figaro ? Assurément un texte journalistique. Mais une passionnée de mode, une fashion victim, dont le métier est à des années lumière du journalisme, qui décide de laisser ses commentaires sur la toile sur une nouvelle collection de printemps... Va-t-on refuser à son écrit le statut de production journalistique sous prétexte qu'elle n'a pas la carte ? Qu'est ce qui fonde alors la légitimité du statut d'écrit journalistique ? Internet a entraîné cette mutation de la profession de journaliste. En permettant à l'écrit médiatique d'être indépendant du support papier, il le rend aussi indépendant du dispositif médiatique global qu'est le journal en tant qu'organisation de production destinée à la fabrication d'un produit. Ce serait à mon sens totalement réducteur de ne considérer comme production journalistique que ce qui est imprimé dans un journal. En rendant possible le 'tous journalistes' Internet a dilué ou dissous la spécificité de la profession en permettant aussi le' tout est journal'.

Pour les communicants la question se pose tous les jours. Pour ne reprendre que le secteur de la mode, se pose la question existentielle pour un attaché de presse ; qui inviter à un défilé ? Les journalistes de Elle, du Figaro Madame ? Evidemment. Mais les communicants de ce secteur professionnel savent parfaitement que dix blogueuses font l'opinion en France dans ce domaine. Et là, toute la difficulté est de les identifier, de mesurer leur capacité d'influence alors que leurs écrits ne sont pas en présentoirs des Maisons de la Presse. De nouveaux outils de surveillance des blogs existent. Pour les attachés de presse c'est maintenant cette fonction de community management et de veille qui prend le pas sur des activités traditionnelles des relations presse d'écriture, diffusion et développement de la relation avec le journaliste. De plus en plus de temps est nécessaire pour évaluer la pertinence de la relation avec tel ou tel blogueur ou avec tel ou tel web-journalist. Pour quel impact ?

C'était quand même plus simple, avant. ●

*Consultant en communication & relations médias
Chargé de cours à l'Université de Nice et à l'IPAG
Docteur en communication
Membre du CA d'Azur Procom

CÔTÉ LIVRES Le major Oliva ménage le suspense

• Propos recueillis par Vincent-Xavier Morvan

Éric Oliva est major de police, en poste depuis sept ans à l'antenne Police judiciaire de Nice, à la brigade des stupéfiants. À ses heures perdues, il écrit aussi des polars dont le dernier a pour cadre la Côte d'Azur. Interview.

Comment avez-vous commencé à écrire des polars ?

Je crois que, comme 80% des Français, j'avais envie de coucher quelque chose sur le papier. Le déclic s'est produit en 2001, alors que j'étais en poste à Marseille. Je me suis découvert une passion pour la plongée et j'ai eu l'envie d'écrire une histoire qui mélange mes deux passions, la plongée et les stups.

Les stups, une passion ?

Oui, je crois que l'on peut dire ça. C'est un métier tellement contraignant et difficile qu'il vaut mieux être passionné pour le faire ! Ce premier roman, « Peter, mafia en eaux troubles », est resté longtemps en stand by. Je l'avais laissé inachevé à Marseille et je ne l'ai terminé que l'an dernier à Nice. Sa particularité, c'est que 70% de l'histoire se passe sous l'eau, ce qui était un tour de force à rédiger.

Comment se sont passés vos contacts avec le monde de l'édition ?

J'ai envoyé une vingtaine de manuscrits mais les seules réponses positives sont venues de maisons d'édition à compte d'auteur qui me demandaient de financer moi-même le projet. L'édition, c'est un milieu assez fermé, on ne sait pas toujours très bien à qui s'adresser. Alors je me suis tourné vers l'auto-édition, qui permet d'être publié pour un coût minime et d'être diffusé partout sur les sites Internet.

Quel a été l'accueil réservé à ce premier livre ?

Très positif, notamment de la part de mon entourage, de mes collègues, mais aussi de lecteurs que je ne connaissais pas. Bon, ce ne sera jamais un best-seller, c'est un livre d'aventures qui bouge beaucoup, et le principal c'est que les lecteurs se soient bien éclatés.

Du coup, vous avez réédité l'expérience…

Oui, tout de suite dans la foulée du premier, avec « Le Secret de Miss Meredith Brown », qui est cette fois l'histoire d'une vengeance familiale, avec un meurtrier en série, et en parallèle de cette intrigue policière la vie d'une équipe de la brigade criminelle à Nice, à la caserne Auvare.

Et l'accueil, cette fois ?

J'ai eu là aussi de bons retours, notamment de la part de mes collègues qui se reconnaissent bien dans le roman.

Et chez les éditeurs ?

Là, j'ai mieux ciblé mes envois, en choisissant des éditeurs spécialisés dans les polars régionaux. Pour l'instant, j'attends encore des réponses, mais le livre est de toute façon déjà sorti en auto-édition.

Que recherchez-vous à travers l'écriture ?

Fondamentalement, la performance. C'est le gros changement entre mes deux premiers livres. Je veux que le lecteur ouvre le bouquin et ne puisse plus s'arrêter avant la fin.

Vous avez d'autres projets ?

J'en ai deux en cours, ça devient compulsif ! L'un est en co-écriture avec un collègue de bureau. Lui a de bonnes idées, et moi j'ai la plume. Ce sera un polar qui se passera entre Nice, l'Espagne et le Maroc, avec pour thème un trafic international de stupéfiants et de nombreux rebondissements. Avec notre métier, on ne manque pas de matière… Il y aura pas mal de petites anecdotes vécues, et beaucoup de fiction. Notre ambition est de le présenter l'an prochain au jury du prix du Quai des Orfèvres. Et puis j'ai aussi un projet de thriller, toujours dans le milieu des stups, mais plus trash cette fois…

Comment réagit votre hiérarchie ?

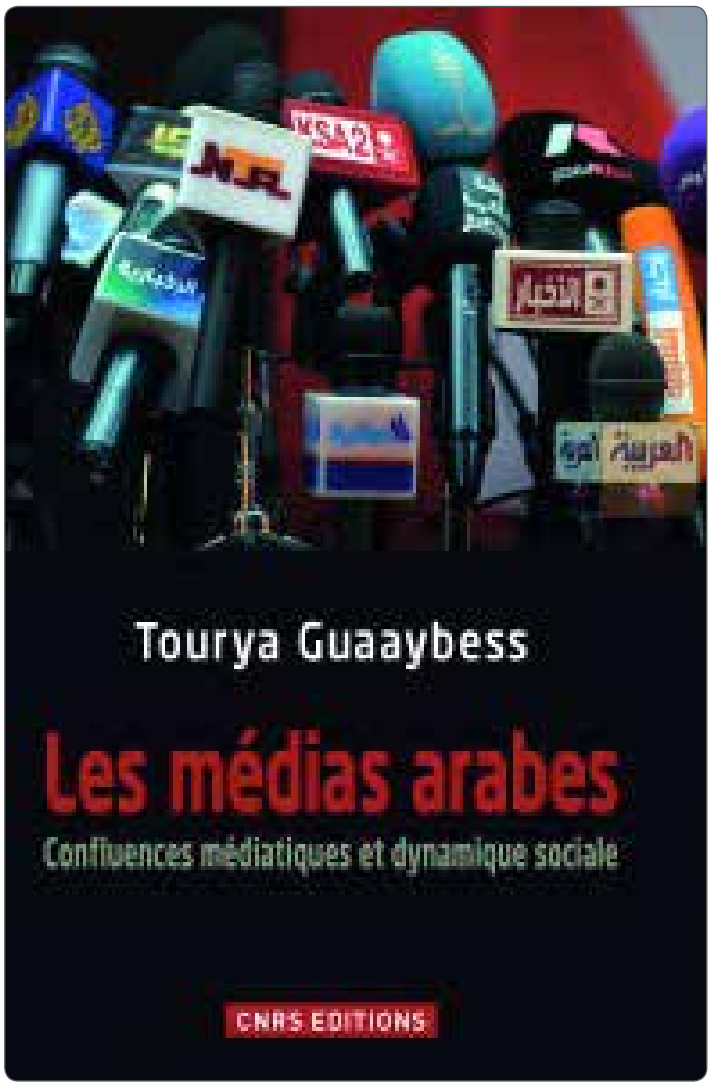
Il n'y a aucun souci particulier. La seule chose que l'on m'a demandé d'éviter c'est d'apparaître en photo dans Nice-Matin à l'occasion d'une interview que le journal a prévu de faire. Question d'anonymat…

« Peter, mafia en eaux troubles », 14,90 €, 196 pages, et « Le Secret de Miss Meredith Brown », 17,90 €, 280 pages, parus chez BOD.
Contact : http://m.eoliv3.wix.com/eric-oliva-officiel.

CÔTÉ LIVRES

« *Les médias arabes - Confluences médiatiques et dynamique sociale* » de Tourya Guaaybess

• Par Jean-François Téaldi



Tourya Guaaybess explique leur montée en puissance à travers histoire et perspectives, les « printemps » « *exigeant des analyses nouvelles* » ; la révolution médiatique est essentielle à la compréhension des transitions. Dans un environnement régional mouvant, ils doivent-être étudiés dans leurs complexités. Leur développement s'est réalisé hors religion. Le contenu des chaînes religieuses (6,5%) reflète les débats sociétaux face aux défis posés par la diffusion de contenus occidentaux et à la place de la religion dans la société. Leur émergence répond à un « *besoin de message unificateur, politique et moral structurant, par défaut de projet des politiques* ». La rentabilité des chaînes émettant vers des populations réduites est aléatoire ; même des acteurs financièrement solides font revenir l'état au centre du jeu et face à la concurrence étrangère vont chercher la croissance au-delà des frontières. La convergence numérique, « *collaboration entre plusieurs acteurs ayant fait sauter les verrous politiques lors des révolutions* », est un enjeu dans lequel la presse écrite garderait une place centrale.

Internet et printemps arabes

Le mouvement a émergé au moment où « *mécontentement et médias sont entrés en résonnance* ». Internet a permis à une frange peu active de la jeunesse de se mobiliser, « *vecteur parmi d'autres, efficace lorsqu'il entrait en phase avec des mouvements émanant d'institutions, surtout si les médias traditionnels allaient dans le même sens* » mais lui donner un rôle primordial est « *hasardeux, Internet n'a pas permis les mouvements, il a modifié l'équilibre des pouvoirs* ». Les blogs ont offert aux médias des contenus rapidement diffusés, « *ils ont contribué à la diffusion des idées révolutionnaires, à leur expression publique* », catalyseurs accélérant le changement. Les « *bloggeurs auraient difficilement existé si les médias de masse ne les avaient mis en lumière et relayé* ». L'auteur bat en brèche son usage à des fins de radicalisation, mais « *rien ne permet d'affirmer qu'il renforcerait une transition vers la démocratie* ». La majorité des blogs ne sont pas politiques ; on y trouve foi, poésie, droit des femmes, droits de l'homme, Palestine, et problématiques domestiques. La religion est plus présente en termes de foi qu'en termes politiques, le militantisme est isolé dans la blogosphère. Les groupes jihadistes existent mais « *la plupart des bloggeurs est insensible, dans la plupart des cas hostile* ». •

« Les médias arabes - Confluences médiatiques et dynamique sociale » de Tourya Guaaybess (CNRS Editions).

LA PLUME DANS LA PLAIE

Dossier (2/2)

« *Notre métier n'est pas de faire plaisir, non plus de faire du tort, il est de porter la plume dans la plaie.* » Albert Londres

Presse et information : une troisième voie est-elle possible ?

• Par Bruno Aubry[1]

Et si le livre était l'avenir de la presse ? Si l'édition était l'avenir de l'information ?

Quelle place et quel rôle joue le livre de journaliste aujourd'hui et quelle perspective s'offre à lui ? Peut-il être appelé à devenir un support journalistique au même titre que la presse papier la radio, la télévision et Internet ? Encore embryonnaire, le développement du livre numérique peut-il amplifier ce mouvement ? Telles sont aussi quelques unes des questions que posent la crise que traverse la presse écrite confrontée aux problèmes de crédibilité et de distribution. Voici le deuxième volet de notre travail de recherche sur la place des journalistes dans l'édition et le rôle du livre dans l'information.

Le journalisme est une profession encore jeune, dominée par l'empirisme et peu structurée, fondée sur des pratiques et des usages qui ont progressivement forgé son existence et sa relative légitimité aujourd'hui dans la société. La première définition juridique du métier de journaliste que donne la loi de 1935 - « *celui qui a pour occupation principale, régulière et rétribuée, l'exercice de sa profession dans une ou plusieurs publications quotidiennes ou périodiques, ou dans une ou plusieurs agences de presse et qui en tire le principal de ses ressources* » - répond ainsi à la nécessité d'organiser une corporation d'écrivains mal identifiés plus qu'à celle de satisfaire la raison d'être de la profession : informer. Parlant d'une « *occupation* », le texte ne dit rien sur l'activité ni sur les métiers que cette profession protéiforme regroupe. Il s'attache donc au comment plus qu'au pourquoi. Denis Ruellan observe même qu'il « *ne situe le journaliste qu'en référence à l'exercice de sa profession sans que l'on sache en quoi celle-ci consiste exactement. En respectant les termes à la lettre, le propriétaire d'un journal de même que son chauffeur, ou encore la femme de ménage, pourraient fort bien prétendre à la qualité de journaliste…* » [2].

Ainsi, jusqu'en 1935 l'écrivain était potentiellement journaliste. Mais depuis la création du statut de journaliste, le journaliste auteur qui travaille exclusivement pour l'édition, ou tire de cette activité plus de la moitié de ses revenus, ce qui peut être le cas des pigistes, n'est potentiellement pas journaliste.

En réglant certaines difficultés liées à l'absence de statut, la définition du métier proposée par le législateur n'est donc pas exempte d'ambiguïté. « *L'échec de ce projet nous semble être l'illustration de la grande difficulté qu'il y eut - qu'il y a toujours - à tenter de réduire à une définition unique l'activité journalistique* »[3] . La notion de « journaliste professionnel » proposée par la définition légale ouvre même insidieusement la porte à l'existence d'une catégorie de journalistes « non professionnels ». Réalité souvent vécue de façon problématique dans la presse quotidienne régionale avec les correspondants de presse ou plus récemment sur Internet. Songe-t-on à parler de professeur professionnel, d'avocat professionnel ou d'agriculteur professionnel ?

Les difficultés économiques que rencontre la presse, ainsi que les révolutions technologiques auxquelles elle est confrontée depuis, ont achevé de semer le trouble sur ce « *statut du journalisme aujourd'hui très confus* »[4]. Cette confusion identitaire est attisée, notamment par le recours accru aux statuts précaires mais aussi, plus récemment, à la prise de parole citoyenne faisant de chacun, par la magie du Web, un journaliste en puissance. Conférant souvent à la rumeur la valeur ou le crédit d'une information. Achevant encore de confondre amateurs et professionnels, articles et contenus, information et communication. Donnant enfin du journaliste aujourd'hui, une image fantasmée, à mi-chemin entre un héros façon Rouletabille ou Tintin et un complice servile du pouvoir et des puissants, thuriféraire de la pensée unique, porte parole du politiquement correct, lorsqu'il est vu comme l'un de ces nouveaux chiens de garde stigmatisés par Gilles Balbastre et

Yannik Kergoat [5].

Nouveau support, nouveau journaliste

C'est dans ce contexte, notamment lié à l'apparition de nouveaux supports et de nouveaux journalistes, voire de nouveaux journalismes, divisés entre rigueur et marchandisation, que se situe ce propos sur la place du journaliste auteur et du livre de journaliste, tant en termes de statut que de contenus. Le développement observé et bien visible du livre de journaliste impose, à nos yeux, ce dernier comme un nouveau support et un nouveau mode d'information. Ce constat repose sur plusieurs éléments tangibles évoqués dans le premier volet de cette enquête [6]:

- le creusement du fossé entre médias chauds et médias froids, entre information de qualité et information jetable ou « low cost » ;
- la fragmentation de l'audience des médias et la perte de moyens qu'elle implique dans le travail d'enquête et de reportage ;
- le retour en grâce de l'écrit, du format long et du papier auquel ont paradoxalement contribué l'émergence des journaux gratuits et l'éclosion des médias électroniques ;
- la frustration ressentie par l'ensemble de la profession face au rétrécissement des formats et la question du statut du journaliste indépendant, qu'il soit pigiste ou auteur.

En conséquence, face à ce tournant auctorial dans la pratique journalistique, il parait pertinent de prendre en compte cette réalité pour ne pas laisser s'ouvrir encore plus grand les portes du « *professionnalisme du flou* » décrit par Denis Ruellan. Considérant donc que le livre document d'enquête ou de reportage est un nouveau support de presse - au même titre que les journaux, magazines ou mooks, la radio et la télévision ou le multimédia… , quand il a vocation à être support d'information et non pas seulement fournisseur de contenus - cette analyse encore embryonnaire, conduit à esquisser des pistes de réflexion. Quelques propositions concrètes, propres à conforter l'auteur de documents d'actualité dans son statut de journaliste professionnel peuvent alors êtres soumises à réflexion :

1 – Pour le journaliste auteur,

- Les droits d'auteur perçus par un journaliste à la faveur de la publication d'un document d'enquête ou de reportage pourraient être pris en compte pour le calcul des revenus déclarés à la Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels (CCIJP) et considérés comme une ressource liée à l'exercice du métier à l'occasion de l'attribution ou du renouvellement de la carte professionnelle. Une solution réciproque consisterait à demander aux éditeurs de rémunérer leurs auteurs journalistes en piges plutôt qu'en droits d'auteur à l'instar de L'Equipe édition.

S'il est vrai, de l'aveu mêmes des professionnels, qu'il est difficile aujourd'hui, d'envisager le journaliste auteur en dehors de toute appartenance à une rédaction et donc le livre comme premier support, ce point revêt une importance particulière dans le cas des journalistes indépendants dont les droits d'auteur dépasseraient la moitié de leurs revenus. Privés de leur carte, ils sont empêchés de pénétrer sur certains lieux liés à l'actualité ou d'approcher certaines sources dès lors que celle-ci est exigée (pour l'obtention de visas ou d'accréditations, l'accès sur site à l'occasion de faits divers, dans les tribunaux pour certains grands procès ou encore dans les ministères…). « *Un blogueur ne rentre pas à l'Élysée ou en Afghanistan* », observe François Thomazeau[7]. Une telle différence de traitement entre journalistes auteurs et journalistes du quotidien rejette hors du champ de la profession ceux qui souhaitent se consacrer principalement à la pratique du métier dans l'édition. Elle consacre en outre l'idée discutable, à laquelle adhèrent - ou se résignent - certains journalistes, que l'écriture d'un livre s'inscrit définitivement dans le prolongement d'un travail d'enquête au quotidien effectué à la demande d'une rédaction et dans le cadre d'un lien contractuel avec une entreprise de presse. Et non, selon un « *schéma dans lequel le livre se suffit à lui-même et existe en dehors du rattachement du journaliste à une logique éditoriale collective* »[8]. D'un point de vue purement matériel, elle prive encore le journaliste auteur de l'abattement fiscal pour frais professionnel alors que précisément, les frais d'enquête sont rarement pris en charge par les éditeurs.

Certains confrères, comme Patricia Tourancheau, journaliste à Libé, s'opposent à l'idée d'un journaliste essentiellement auteur : « *Chacun son métier. Je pense qu'il n'est pas bon qu'un journaliste se consacre uniquement aux livres car il risque de perdre le contact avec la réalité. Je ne suis pas favorable à ce qu'il soit reconnu par la Commission de la carte.* »

L'argument est recevable. Toutefois, ne pas avancer sur ce sujet reviendrait à fermer la porte de la profession aux journalistes qui décideraient de se consacrer à l'édition. Sans que la profession dénonce, d'un autre côté, l'imposture de pseudos-journalistes du Web en proie à l'émotion, témoins d'un jour de faits ou d'événements relevant de l'actualité ou éditorialistes improvisés sur la toile.

- L'application d'une telle mesure impliquerait bien sûr de revoir le texte de 1935 - une époque où la radio balbutiait, la télévision était un doux rêve et Internet relevait de la science fiction la plus créative -, pour y inclure les nouveaux journalistes travaillant sur le Web ou dans l'édition, et d'ouvrir l'homologation donnée par la commission paritaire des publications et agences de presse (CPPAP) aux éditeurs de nouveaux supports, dont le livre de journaliste. Comme cela a été le cas avec la loi du 12 juin 2009 favorisant la diffusion et la protection de la création sur Internet et jetant les bases d'un régime juridique et économique spécifique pour les services de presse en ligne[9]. Les éditeurs pourraient

alors créer un département réservé à l'édition de documents ou essais de journalistes, excluant de ce champ les livres de fiction et rémunérant ces auteurs à la pige plutôt qu'en droits d'auteur. La CPPAP serait pour sa part habilitée à statuer sur l'activité de ces nouveaux médias et des entreprises qui les éditent, le livre de journaliste recevant alors, en plus de sa référence ISBN, le numéro CPPAP de son éditeur en guise de label « journalistique ». Label qui pourrait être encore renforcé par une norme ISO de qualité de l'information suggérée par Bernard Poulet [10]. En conséquence, ces livres consacrés à l'information, et jouant à ce titre le même rôle que tout autre support de presse, pourrait bénéficier d'un taux de TVA réduit (2,1 % sur les recettes de vente au numéro et par abonnements) ainsi que des tarifs postaux préférentiels.

2 - Pour le livre de journaliste,

- Dans la logique de cette réflexion, la question de l'accès, jusque-là interdit et impensable, du livre de journalistes à la publicité et la vente en kiosques des documents d'actualité écrits par des journalistes parait devoir être légitimement posée dès lors que celui-ci serait considéré comme un nouveau média.

Cette piste de réflexion relative au statut du livre de journaliste est de nature à remettre en cause un équilibre social fragile. D'abord chez les libraires déjà confrontés au développement encore limité des e-books et à la concurrence de la vente d'ouvrages en ligne, livrés gratuitement et avec remise sur le prix d'achat. Chez les diffuseurs et distributeurs de presse, ensuite, précarisés par la concurrence d'Internet et de la presse gratuite. Et globalement touchés par l'effondrement des ventes en kiosque. Celui-ci est estimé à 25% pour la période comprise entre 2008 et 2011 et les prévisions font état d'une perte équivalente d'ici à 2015.

- Sur cette question de la publicité, pourrait être étudiée la possibilité d'offrir au livre un accès limité aux messages d'intérêt général excluant toute publicité de marques ou de produits.

- La création de départements d'édition spécialisés dans le livre document par les entreprises de presse, permettant aux journalistes d'une rédaction de poursuivre leur enquête dans un livre, pourrait être encouragée.

L'urgence d'un statut à adapter

Sans se limiter à ces seules propositions sur la place de l'information - et donc du journaliste - dans l'édition et sur le rôle de l'édition - et donc du livre - dans l'information, la conviction parait devoir être acquise, au terme de cette réflexion, de la nécessité de poser la question de la contribution du livre à la mission d'informer et de l'exigence d'y répondre promptement.

Sans que ce phénomène soit à proprement parler nouveau, il a aujourd'hui une acuité particulière à la lumière d'un contexte marqué par ,

- la marchandisation de l'information, elle-même encouragée par la réduction des coûts, la précarisation et la course à l'audience, et la prolifération de nouveaux contenus éditoriaux à la crédibilité aléatoire

et

- la diversification des besoins de lecteurs citoyens transformés malgré eux en consommateurs de nouvelles, en butte à la globalisation, à l'accélération et la complexification de la société mais en demande de « *plus de qualité et de densité* »[11],

Alors qu'émergent de nouveaux supports de presse, de nouveaux métiers et de nouveaux journalistes en quête de légitimité, la place et le rôle du livre de journaliste dans l'information s'analysent en termes statutaire, économique, déontologique et démocratique. Ils relèvent d'un débat plus vaste sur la presse et l'information. Souvent engagé, notamment par les États généraux de la presse écrite, celui-ci tarde à aboutir face à l'urgence, au désordre et à l'obsolescence des règles et statuts qui définissent, régissent et encadrent ces professionnels tout à la fois courtisés et détestés mais indispensables à une démocratie vivante. L'approche consistant à envisager l'édition comme un maillon de la chaîne d'information s'inscrit donc pleinement dans ce débat.

(1) Auteur de Livres de Journaliste : L'édition, nouveau maillon de la chaîne d'information ? Quelle place pour l'information dans l'édition ? Quel rôle pour l'édition dans l'information ? Mémoire réalisé sous la direction de Roselyne Ringoot pour Sciences Po Rennes - Année 2011/2012

(2) Denis Ruellan, Le journalisme ou le professionnalisme du flou, Presses universitaires de Grenoble, 2007, p.56

(3) Ibid. p. 55.

(4) Ibid. p. 51.

(5) Auteurs du film dont le scénario est inspiré du livre de Serge Halimi, publié en 1997, et faisant lui même référence à l'essai de Paul Nizan, paru en 1932 Les Chiens de garde, dénonçant les philosophes et les écrivains de son époque qui, sous couvert de neutralité intellectuelle, s'imposaient en gardiens de l'ordre établi. Adapté pour le grand écran, le film sorri en 2012, défend l'idée que les nouveaux chiens de garde sont aujourd'hui incarnés par « ces journalistes, éditorialistes et experts médiatiques devenus évangélistes du marché et gardiens de l'ordre social ».

(6) Intermed N°79

(7) Journaliste indépendant

(8) Gilles Bastin et Roselyne Ringoot, Des journalistes et des livres. Un tournant auctorial dans la pratique du journalisme ?, 1er Colloque international MEJOR Mudanças Estruturais no Jornalismo, 25-28 avril 2011.

(9) Ceux-ci peuvent désormais prétendre à certains avantages (tels que l'exonération de la contribution économique territoriale ou l'accès, pour certains d'entre eux, à un fonds d'aide spécifique), à condition d'avoir été préalablement reconnus par la CPPAP, dont les compétences ont été étendues à cette fin.

(10) Cité par Erik Neveu, Sociologie du journalisme, La Découverte, 2009, p. 105

(11) Jean-Marie Colombani, ancien directeur du Monde et directeur du site d'information Slate.fr, Cartes blanches Blog des assises du journalisme, Strasbourg 7-9 octobre 2009 sur http://aidj.owni.fr/2009/10/09/4-questions-aux-cartes-blanches-des-assises-j-m-colombani/

ENTRENOUS

Ecobiz : un tutoriel disponible sur notre site

En 2012, le CPM06 lançait sa communauté Ecobiz, en partenariat avec le CCI Nice Côte d'Azur. Ce réseau internet peut permettre à chaque adhérent du Club de diffuser ses infos au plus grand nombre (39 communautés présentes et plus de 8000 entreprises). Le Club a mis à votre disposition un tutoriel afin de prendre en main la mise en ligne de vos publications. Retrouvez-le sur notre site à l'adresse : http://www.clubpresse06.com/communicants/publier-un-communique

5e Forum Networking : Atelier du CPM06 *Les relations presse au service de mon entreprise* Skema - 16 mai 2013

A l'invitation de la CCI Nice Côte d'Azur, le CPM06 prendra part au 5e Forum Networking le 16 mai à Sophia-Antipolis (Skema Business School) avec un atelier à partir de 14h intitulé « Les relations presse au service de mon entreprise. » Cette conférence destinée aux responsables de petites et moyennes entreprises sera notamment animée par Jacques Pugnaire, Isabelle Auzias et Isabelle Chiosi, membres du CPM06, ainsi que Jean-Pierre Largillet, fondateur de Webtimemedias et Valérie Arnulf, dirigeante de l'agence VcomK.

Cours photos

Cours photos 2013 pour débutants et amateurs désireux de mieux se servir de leur appareil photo, de se perfectionner dans la prise de vue, de se familiariser avec les fonctionnalités de leur appareil. Les cours se déroulent sur une journée complète ou deux demi-journées. En individuel et groupe de deux ou quatre personnes. Renseignements : JP Amet : 0603854480.

Déjeuner débat avec Jean Baklouti - Hôtel Marriott - mardi 23 avril à 12h30

Le CPM06 organise un déjeuner débat avec Jean Baklouti, ancien responsable de la DST, autour de son livre "Grandeur et servitudes policières - La vie d'un flic", le mardi 23 avril à 12h30 au restaurant de l'hôtel Marriott, à Nice (ex Elysée Palace - 59, promenade des Anglais). Inscription obligatoire par mail à l'adresse : info@clubpresse06.com

L'AGENDA

Pot du mois

•Jeudi 18 avril 2013•
•17h - 20h•
au Antibes Yacht Show
Port Vauban
à Antibes

Le Pot du mois, moment de convivialité et d'échange d'informations, réunit autour d'un verre professionnels de l'information et de la communication.

Directeur de la publication - Rédacteur en chef de l'édition : Paul Barelli / Secrétaire de rédaction : Pierre-Olivier Burdin / Ont collaboré à ce numéro : Jean-Pierre Amet, Bruno Aubry, Paul Barelli, Philippe Bellissent, Pierre-Olivier Burdin, Claudine Francini, Jean-Alexis Gallien Lamarche, Kristian, Jean Christophe Magnenet, Vincent-Xavier Morvan, Jean-François Téaldi, Pascal Teisseire / Edition : Club de la Presse Méditerranée 06 / 2 rue Rossini - Palais Alphonse Karr 06000 Nice - Tél. : 04 93 88 32 54 / Mail : info@clubpresse06.com / Site : www.clubpresse06.com // ISSN 2107-7002.

CLUBPRESSE06 MÉDITERRANÉE

UCP2F Union des Clubs de la Presse de France et Francophones

Dynamisez votre communication
• • • Grâce à votre insertion publicitaire dans Intermed
Renseignements et tarifs sur www.clubpresse06.com

Sale temps pour les pigistes

• Par Claudine Francini
et Pierre-Olivier Burdin

Les journalistes indépendants sont dans la tourmente pour des raisons qui tiennent à la fois au contexte économique, à la mutation numérique du métier et à une législation du travail très élastique, qui elle ne date pas d'hier. Alors quel constat établir et quel avenir prédire à ces artisans de l'information ?

© Observatoire des métiers de la presse

Conjoncture difficile pour le journalisme. Les ventes de la presse papier s'effondrent, le manque d'indépendance des médias suscite une défiance généralisée et la crise économique entraîne la chute des recettes publicitaires. Quant au web, excepté Mediapart, aucun site d'information pureplayer ne semble avoir trouvé un modèle économique viable. Dans ce panorama assez sombre, c'est la profession de journaliste qui trinque.

Augmentation du nombre de pigistes

Toutes ces variables conduisent en effet à une précarisation du métier. Depuis trois ans, le nombre de cartes de presse délivrées diminue. L'embauche est au ralenti dans les rédactions. Ces dernières privilégient désormais les CDD ou font appel à des collaborations extérieures pour la production de contenus. Selon une étude de l'Observatoire des Métiers de la Presse menée en 2012, le nombre de journalistes en CDI baisse depuis 2008 alors que le nombre de journalistes pigistes ou en CDD augmente. Laurent Minchella, chef de service à la CCIJP - qui a fourni les statistiques pour cette étude -, confirme cet état de fait : « *Il y a clairement une augmentation du nombre de journalistes pigistes. C'est une tendance prononcée dans tous les secteurs de la presse. Elle est liée à l'économie. Les entreprises de presse n'embauchent plus ou beaucoup moins et préfèrent externaliser.* » Campés dans une logique de rentabilité économique, les groupes de presse trouvent, avec les journalistes indépendants, une main d'œuvre flexible et bon marché. D'aucun pourraient dire corvéable à merci. Il n'est pas anodin de constater l'absence de barème de rémunération de la pige

au niveau national, exceptions faites des quotidiens parisiens, des hebdomadaires membres du syndicat patronal SEPM[1], des radios locales et des agences audiovisuelles membres du SATEV[2]. L'Union des Photographes professionnels (UPP) diffuse à ses adhérents des barèmes indicatifs. « *Malgré les demandes répétées du SNJ ou en intersyndicale, il a été impossible de négocier des barèmes au feuillet dans la presse magazine et la presse spécialisée (les plus gros employeurs de journalistes pigistes), les quotidiens régionaux, les quotidiens départementaux, la presse périodique régionale, les agences d'informations générales, les agences photos,* explique Martine Rossard, du Pôle pigiste SNJ. *Pour avoir participé à certaines de ces négociations, j'impute l'entière responsabilité de l'absence de barèmes aux fédérations patronales qui ont soit fait des propositions indécentes de rémunération soit manqué de volonté pour parvenir à un accord.* » Le SNJ a saisi en octobre dernier le ministre du Travail Michel Sapin, pour tenter de réguler cette situation. « *Malgré de nombreuses relances* », le syndicat est « *toujours dans l'attente d'initiatives du ministère* ».

Des tarifs de la pige en baisse

Le statut de pigiste est beaucoup plus souple pour l'employeur : pas de contrat de travail[3], congés payés aléatoires, primes de licenciement ou d'ancienneté au rabais, voir même dans certains cas inexistants. Les rédactions peuvent aussi s'appuyer sur la « gnaque » du pigiste, payé à la tâche et donc contraint d'être force de proposition ou de réaliser des articles délaissés par ses confrères mensualisés, quitte à accepter des conditions salariales bien en deçà de ce qu'elles devraient être. Michel Paquet, pigiste et élu SNJ, estimait l'an passé que « *la pige est clairement devenue le ventre mou du journalisme, c'est-à-dire l'endroit par où on déconstruit la profession.* » En 2012, l'association des journalistes de Toulouse et Midi-Pyrénées a publié une enquête sur les conditions de rémunération des journalistes pigistes, réalisée localement auprès d'une cinquantaine de sondés. Le bilan est édifiant. Il apparaît que : 45% ont certaines ou toutes leurs collaborations payées moins de 50€ bruts le feuillet, 63% n'ont vu aucune augmentation du tarif de piges depuis au moins cinq ans, 39% gagnent moins de 1000€ nets par mois et 72% moins de 1500€, 37% ne sont pas toujours, voire jamais, payés en salaires pour leurs collaborations en presse (mais en droits d'auteurs ou facture). Sans parler des avantages réservés habituellement aux employés des rédactions et dont les pigistes ne bénéficient pas.

Des pigistes trop peu combatifs ?

Cette enquête (que vous pouvez retrouver en intégralité dans le N°74 d'Intermed paru en février 2012) débouche sur un double constat : la responsabilité des employeurs dans cette situation, mais également le manque de combativité et d'organisation des pigistes quand il s'agit de faire respecter leurs droits. Selon Martine Rossard, « *les représentants patronaux de la presse ne voient pas pourquoi ils paieraient un tarif décent à des journalistes qui acceptent d'être sous-payés.* » Au quotidien, le travail du journaliste rémunéré à la pige présente tout de même certains avantages : absence de hiérarchie directe, gestion du temps de travail et des horaires, variété dans le choix des sujets. En un mot, la liberté. Celle-ci à un coût, comme le confirme dans nos colonnes le journaliste Vincent-Xavier Morvan : « *Dans l'absolu, être pigiste reste une position inconfortable. C'est une liberté que l'on paie par la précarité, l'incertitude* » et l'isolement. Le journaliste rémunéré à la pige travaille seul la plupart du temps. Recherche de collaborations, reconnaissance de son statut lors de reportages, plagiat de sujets par les rédactions ou concurrence entre pigistes sont autant d'embûches qu'il va devoir surmonter seul. Pratiquer le journalisme dans ces conditions peut alors tenir du sacerdoce.

Des robots ou des pigistes ?

Cette tendance de la précarisation des journalistes va-t-elle s'accentuer ? Certains signes n'incitent pas à l'optimisme. Un exemple est patent aux Etats-Unis, avec l'apparition des fermes de contenus.

Pigiste, mode d'emploi

Le Syndicat National des Journalistes (SNJ) a mis à disposition un guide pratique à destination des journalistes rémunérés à la pige, intitulé « Pigiste, mode d'emploi ». De nombreuses informations (carte professionnelle, conditions de collaboration, salaire et 13e mois, cotisations sociales, congés payés, droit à la formation ou litiges…) permettront d'aiguiller les journalistes concernés par ce statut. A lire sur : http://www.snj.fr/spip.php?rubrique101. ●

Attention ! Le journaliste pigiste prolifère…

La précarisation des journalistes apparaît de plus en plus évidente. Liée à la crise traversée par la presse écrite, principale pourvoyeuse d'emploi (67,2 % des journalistes encartés y travaillent), elle se traduit aujourd'hui par une augmentation sensible des CDD et des rémunérations à la pige. En 2012, sur les 37 012 cartes de presse attribuées par la CCIJP, 7 933 l'ont été à l'adresse de journalistes pigistes, soit 21,47 %. Chiffre plus significatif encore, le taux de pigistes parmi les nouveaux encartés. Sur total de 1 993 nouvelles attributions en 2012, 1 227 d'entre elles concernent des journalistes rémunérés à la pige (contre 766 mensualisés) soit 61,56%. ●

Il s'agit d'agences de presse d'un nouveau genre, qui produisent une foule d'articles « low cost ». Elles embauchent pour cela des pigistes qui travaillent à domicile sur des sujets variés. Le journaliste Jean Stern y revient dans son livre "Patrons de presse tous mauvais" : « *Les fermes rémunèrent rarement au mois, mais la plupart du temps à la journée, à l'article, voire au nombre de clics. Le sport, le loisir, la culture sont les sujets favoris des fermes de contenus qui vendent la production de leurs journalistes à des dizaines de sites internet en principe dissemblables. (…) Le fond des articles a si peu d'importance que des robots sont déjà l'œuvre de façon expérimentale pour générer des comptes rendus de matchs de baseball ou de spectacles.* » Ce modèle est déjà en train de s'exporter en France, notamment avec l'agence Relax News, qui a pour clientèle des quotidiens, magazines et sites internet. Elle s'appuie aussi sur une armée de pigistes. Et Jean Stern de poursuivre : « *Il va falloir inventer d'autres modèles si les journalistes ne veulent pas finir en producteurs d'informations à la chaîne. … Inventer de nouveaux médias, de nouveaux sites.* »

Et pourtant ça marche !

« *L'enquête et la satire sont les deux lignes éditoriales qui nous caractérisent. C'est un journal d'opinion qui passe par de l'analyse et dont nous assumons le ton* », commente Michel Gairaud, rédacteur en chef du mensuel régional le Ravi. La rédaction est composée de six salariés, basés à Marseille et a adopté un modèle associatif. Diffusé à environ 5000 exemplaires par mois, Le Ravi ne roule pas sur l'or. Alors que les recettes du journal proviennent de ventes, d'abonnements, de subventions et de partenariats, la publicité a déserté le mensuel. « *Nous avons seulement des publicités culturelles. Nous sommes peu formatés donc nous n'intéressons pas les annonceurs.* » Un équilibre précaire mais peut-être essentiel pour rester un média citoyen et acteur du monde de l'économie sociale et solidaire. En France, Médiapart a déjà ouvert la voie. Après trois ans d'existence, le site avait déjà créé 39 CDI. Avec les pigistes, une soixantaine de personnes collaborent dans ce projet ambitieux. « *Pour l'information de qualité, la recherche de faits nouveaux (…) il n'y a qu'un seul modèle viable : le paiement,* souligne Edwy Plenel dans un article du Point. *Le paiement contient en soi l'idée d'indépendance et de confiance du lecteur. Quel meilleur gage d'indépendance que de dépendre uniquement de ses lecteurs pour vivre ? Le beau défi de la presse, c'est de créer de la richesse afin de ne pas dépendre d'un mécène qui fait les fins de mois.* » Ou qui impose aux journalistes un statut qu'ils endossent malgré eux... ●

P.O. Burdin avec C. Francini (propos de Michel Gairaud recueillis par J.-A. Gallien-Lamarche)

(1) Syndicat des Editeurs de la Presse Magazine
(2) Syndicat des Agences de Presse télévisée
(3) Le document Pigistes, mode d'emploi, téléchargeable sur le site du SNJ stipule que « Un CDD étant obligatoirement écrit, vous êtes présumé en CDI si vous n'avez pas de contrat de travail écrit. » Dans la réalité, les employeurs passent bien souvent outre cette législation.

Portrait robot d'un pigiste

© CPM06

Une femme de 24 ans, journaliste dans une agence de production audiovisuelle pour un salaire de 2280 euros brut mensuels. Voilà à quoi pourrait ressembler le pigiste type du début du 21e siècle. Une étude statistique de l'Observatoire des Métiers de la Presse et de l'Audiovisuel, menée conjointement avec l'AFDAS, à partir de données fournies par la CCIJP sur l'année 2011*, permet de cerner plus précisément ce statut à part dans la profession. Il apparaît d'abord que les pigistes sont autant présents en presse écrite (16,6% des effectifs), qu'en TV (18,3%), ou en radio (16,5%). C'est au sein des agences de production audiovisuelle que l'on note la plus grande concentration avec 37,2%. Sans surprise, un journaliste rémunéré à la pige gagnera moins bien sa vie, en moyenne, que son confrère sous contrat. Le salaire mensuel moyen d'un journaliste pigiste en 2011 était de 2 280 euros bruts contre 3 848 euros bruts pour un journaliste en CDI. A noter que près d'un tiers (32,1%) des journalistes pigistes gagnaient moins de 1500 euros bruts mensuels en 2011. La rémunération à la pige implique davantage les jeunes journalistes puisque 35,7% des pigistes ont moins de 26 ans. La proportion réduit ensuite au fil des années (23,7 % des 26-34 ans, 14,8% des 35-44 ans et 13,1% des 45-59 ans) pour finalement remonter après 60 ans (17,5%). Enfin, l'étude démontre que ce statut concerne davantage les femmes (53,4%) que les hommes (46,6%). ●

* Chiffres basés uniquement sur les journalistes détenteurs de la carte de presse.

Tu piges, moi non plus

• Par Claudine Francini

Le pigiste vit une drôle d'époque, coincé entre la crise, l'émergence d'Internet, et les obligations que lui imposent sa profession. Devenu maître dans l'art de slalomer entre les déviances, pour préserver son statut, souhaitons qu'il ne s'épuise pas dans cette course folle.

« *A l'issue des reportages, vous ferez parvenir votre note d'honoraires à notre comptable parisien.* » « *Ma note de quoi ?* », « *Votre note d'honoraires !* » « *Mais madame les notes d'honoraires sont réservées aux professions libérales, en tant que journaliste je suis censée être rémunérée en salaires.* » « *Oh écoutez, je n'y comprends rien ! Voyez directement avec le comptable.* » L'honoraire est une notion floue, commode, qui peut déguiser une pratique de travail au noir. C'est à ce point de l'affaire, qu'il convient de dégainer son statut d'auto entrepreneur qui permet, au moins, d'être rémunéré légalement. Précisons que dans le cas présent, l'employeur est une agence de communication et que la prestation effectuée ne pourra aller, dans tous les cas, au crédit de la carte de presse.

Le pigiste et l'auto-entreprise

Pour autant, le même scénario aurait pu se produire avec des entreprises de presse qui tendent aujourd'hui à favoriser le régime de l'auto-entreprise pour les pigistes, des déviances sont restées célèbres chez France 24 et Prisma Presse. Un paradoxe, lorsqu'on sait que la profession de journaliste a été rayée de la liste des emplois compatibles avec le statut d'auto-entrepreneur. La précarisation du métier - la CCIJP fixe la rémunération minimum mensuelle pour un pigiste qui souhaite être encarté à plus de la moitié d'un smic – ouvre une voie royale à ce statut indépendant : son détenteur est mieux rémunéré et l'employeur supporte un moindre coût social. Une facilité qui n'est qu'apparente, puisque le pigiste ne bénéficie pas de couverture sociale, de droits à la formation, ni d'indemnités en cas de licenciement.

Des salaires trop bas

Ceci étant, le manque de flexibilité et le coût du statut de journaliste est souvent pointé du doigt par des responsables d'entreprises de presse qui, au demeurant, respectent les règles. Ce respect des règles s'accompagne trop souvent de bas salaires. L'ancien rédacteur en chef d'un site internet propriété du groupe TF1, rapporte que les pigistes recevaient 90 euros nets par jour en salaire pour la rédaction d'une quinzaine d'articles et il n'est pas rare de se voir proposer des tarifs de 35 euros nets, voire moins, pour un feuillet avec photo. Aujourd'hui le pigiste doit faire face à une double contrainte. Celle qui lui est imposée par des instances reconnues et protectrices : CCIJP, SNJ …. et la réalité d'une profession que la crise et Internet remodèlent en profondeur, sans voir émerger, pour l'instant, de situation viable qui pourrait l'extraire de son état d' « *intello précaire* » [1]. Rappelons qu'en psychanalyse le double bind, ou double contrainte, peut s'apparenter à une situation schizophrène. ●

(1) Anne et Marine Rambach Les Intellos précaires, Fayard 2001. Des mêmes auteurs : Les nouveaux Intellos précaires, Stock 2009.

Des droits d'auteur pour rémunérer un journaliste pigiste en presse écrite ?

Dans le cas d'une demande de carte de presse, la CCIJP « *recherchera s'il s'agit d'une activité d'auteur ou de journaliste en fonction de la description des activités exercées et de la nature des entreprises. S'il s'agit bien d'une activité journalistique exercée à titre principal et procurant à l'intéressé la majorité de ses ressources, la carte sera délivrée. C'est cependant l'occasion de rappeler que tout journaliste doit normalement être rémunéré en salaires, au mois ou à la pige.* »[1] Le journaliste qui s'engage sur la voie du droit d'auteur doit savoir qu'il a des comptes à rendre à l'AGESSA[2] et l'obligation d'émettre des notes de droits d'auteur où apparaissent le montant des précomptes[3] que son employeur doit reverser. En outre, l'AGESSA peut effectuer des contrôles auprès des employeurs et estimer, à contrario de la CCIJP, que l'activité exercée relève bien d'un travail de journaliste et non d'auteur, et de ce fait pénaliser l'employeur qu'elle considère comme contrevenant.. ●

(1) Source : site internet de la CCIJP
(2) La sécurité sociale des auteurs : https://www.agessa.org
(3) Assurance sociale, CSG, CRDS, formation professionnelle

Vincent-Xavier Morvan : « Une liberté que l'on paie »

• Propos recueillis par Pierre-Olivier Burdin

Basé à Nice, Vincent-Xavier Morvan est journaliste indépendant pour la presse magazine et quotidienne nationale. S'il n'éprouve pas de difficultés pour trouver des collaborations, il jette néanmoins un regard lucide sur le statut de pigiste.

Depuis combien temps êtes-vous journaliste pigiste ?

Depuis mon arrivée sur la Côte d'Azur il y a cinq ans. Auparavant j'étais rédacteur en chef en poste dans une rédaction à Paris.

La pige, choix personnel ou situation par défaut ?

M'installer à Nice était un choix de vie. En venant ici je m'attendais à me mettre à la pige. J'ai cherché du travail dans la presse, mais il n'y avait rien. Il m'a donc fallu proposer des papiers pour vivre.

Avez-vous ressenti une évolution du statut de pigiste au cours des dernières années ?

Plutôt une non-évolution ! Depuis que j'ai commencé à piger en 2008, le tarif de la pige n'a pas augmenté. Mon pouvoir d'achat a été réduit. Sur le plan financier, cela contraint à augmenter le volume de piges. D'un point de vue économique l'évolution n'est pas vraiment positive. En revanche, j'ai toujours du travail. Le plus souvent avec des rédactions parisiennes, grâce aux contacts que j'ai gardés là-bas.

Pourriez vous décrire une semaine type de votre travail ?

Aucune semaine ne se ressemble. C'est changeant. En général il y a deux façons de faire. Une rédaction peut passer une commande sur un sujet précis, comme un dossier par exemple, et dans ce cas-là j'écris un synopsis qui doit être validé, avant de me lancer dans l'élaboration. Il y a aussi la possibilité de proposer des sujets. D'une manière générale, il faut être prêt à répondre à la demande et tenir les délais. Lorsque un quotidien m'appelle pour un fait divers alors que je travaille sur un dossier, je lâche ce que je suis en train de faire. Il faut être très souple.

A quelles difficultés êtes-vous confrontés ?

Sans doute à l'activité en dents de scie. Il y a parfois des mois creux dans l'année, ce n'est pas constant. Néanmoins on doit être toujours présent, il n'y a pas beaucoup de vacances. On peut aussi évoquer la solitude. Dans une rédaction j'aimais bien la vie sociale, les collègues, la fraternité et l'émulation qui régnaient. Seul, on est libre libre mais on le paie un peu. Il faut parfois se mettre un coup de pied aux fesses le matin (rires). L'isolement, c'est le plus dur.

A contrario, quels sont les points positifs de ce statut ?

Pouvoir passer d'un sujet à l'autre. J'aime la liberté et la diversité de ce travail. Au sein d'une rédaction on est souvent spécialisé. Depuis que je suis pigiste, je traite aussi bien les faits divers que la culture ou le tourisme… Quand on est journaliste, la base est de faire preuve de curiosité. La diversité, c'est ce qu'il y a de plus plaisant. Ça ouvre l'esprit.

La crise de la presse écrite a-t-elle eu un impact sur votre activité ?

Paradoxalement, j'en ai plutôt profité. Certaines rédactions n'embauchent plus et externalisent. Les tarifs de la pige n'augmentent pas et les rédacteurs pigistes sont corvéables à merci, donc cela convient aux éditeurs. Si je ne fais rien, je ne touche rien. Je suis payé à la

tâche, comme un bûcheron. Je crois que les rédactions se satisfont de l'existence de ce volet pigiste. En revanche quand vous débutez, cela doit être beaucoup moins facile. Pour trouver des collaborations, il faut des contacts.

Avez-vous déjà été confronté à des pratiques non conformes à la législation ou à la déontologie ?

Non pas vraiment. Il arrive parfois de tomber sur des employeurs malhonnêtes qui ne veulent pas vous payer en salaire, mais en facturation. Cela implique pour le journaliste de créer une société… Étant donné que je travaille surtout avec de grosses structures, ça ne fonctionne pas comme ça avec elles.

N'y a-t–il pas un manque de fédération entre les pigistes pour défendre leurs droits ?

Oui c'est certain. Les pigistes pourraient se regrouper et revendiquer certaines choses. Mais ensuite les rédactions leurs fermeraient la porte. C'est un peu marche ou crève. On ne peut pas trop se permettre de faire valoir nos droits, car on est rarement irremplaçable.

Comment envisagez vous l'avenir pour les pigistes ?

Dans ce contexte de crise de la presse et de montée en puissance d'internet, les pigistes sont peut-être malgré eux des précurseurs. Les journalistes, pour une bonne part, sont sans doute condamnés à l'indépendance, avec ses bons et ses mauvais côtés. Les rédactions n'hésitent plus à faire appel à des rédacteurs indépendants et réactifs. Je pense que ça va se développer de plus en plus. Dans l'absolu, être pigiste reste une position inconfortable. C'est une liberté que l'on paie par la précarité et l'incertitude. ●

Entretien avec Julie-France Planel, journaliste pigiste, membre du CPM06

● Propos recueillis par Claudine Francini

© CPM06

Quel est votre parcours de journaliste pigiste?

Je suis dans la pige depuis l'âge de 18 ans, j'en ai 42 aujourd'hui. J'ai été un temps journaliste en poste dans la presse économique à Paris. Aujourd'hui, si j'arrive à vivre de mes piges, j'ai tout de même une activité professionnelle supplémentaire où je réalise des enquêtes pour le CSA. Côté journalisme, je travaille pour des journaux nationaux et techniques. Je n'ai pas de collaboration avec la presse locale qui rémunère mal les pigistes et qui ne propose pas de vrais postes, cette situation n'est pas prête de changer car selon moi le système est mité. On pourrait même parler de patrons voyous dans certains cas. Les quotidiens nationaux tels que Libé ou le Figaro sont en sureffectif, ils ne prennent donc pas de main d'œuvre supplémentaire. J'ai collaboré un temps avec un journal économique en ligne, Défi, filiale de la Tribune, qui rémunérait très bien ses pigistes. Globalement en vingt ans de métier, je peux dire que j'ai toujours autant de piges.

Qu'est-ce qui est difficile dans l'exercice du métier ?

C'est de proposer une vingtaine de sujets à une rédaction pour qu'elle n'en retienne que trois et voir certains de ces sujets récupérés par les journalistes permanents sans en être avertie. Dès lors que nous ne sommes pas sédentarisés, il y a toujours le risque de se faire soutirer des informations et de n'obtenir aucune contre partie. Paradoxalement, les pigistes traitent souvent des articles de fond que les journalistes en interne de veulent pas faire. Il est aussi très important de se faire rémunérer correctement, de ne pas accepter de paiements illicites, je ne déroge jamais à ce principe. La presse quotidienne parisienne a réussi à obtenir un minimum syndical pour le paiement des piges : 65,60 € le feuillet, c'est un tarif indicatif en-dessous duquel je ne descends jamais. Il y a un rapport de force dans notre métier qui ne va pas souvent en notre faveur.

Pouvez-vous préciser votre pensée ?

Nous subissons une assez forte pression psychologique du fait qu'il n'y a pas assez de volume de travail pour tout le monde. Le secteur est malade, Internet et la presse gratuite sont en train de le miner. Nos conditions d'exercice pourraient être assouplies en nous laissant la possibilité d'exercer en tant qu'auto-entrepreneur par exemple. Les pigistes tiennent car il y a un véritable plaisir intellectuel à exercer ce métier. C'est un peu comme une danseuse ou un caprice qui nous coûterait cher à entretenir. ●

La carte de presse, un sésame en question

• Par Claudine Francini

Le statut du journaliste est un maquis d'autant plus impénétrable qu'il recouvre des situations très variées avec ou sans carte de presse. Et si le fait d'en être titulaire limite l'atomisation et la précarisation du métier, ses conditions d'éligibilité, paradoxalement, en excluent plus d'un.

Les conditions d'obtention imposées par la CCIJP ne cadrent pas, certaines fois, avec la réalité du métier. Certains journalistes en poste ou pigistes, exercent dans les faits une activité journalistique qui n'apparaît pas sur leur bulletin de salaire et ne peuvent donc être éligibles à la carte de presse. Dans le cas où la qualification de journaliste apparaît, il faut encore que l'employeur soit une entreprise de presse recensée par la Commission paritaire des Publications et Agences de Presse ou le CSA. Enfin, certains pigistes font le choix conscient de ne pas être encartés et s'affranchissent de l'obligation d'être rémunérés en salaire et donc de la détention de la carte. Ils lui préfèrent un système de facturation de prestations via le dispositif de l'auto ou de la micro entreprise. Ces journalistes exercent bel et bien leur métier auprès d'entreprises de presse, alors même que la profession ne reconnaît pas ces statuts indépendants. Ils l'exercent d'autant plus facilement que la crise qui traverse le secteur depuis plusieurs années encourage ces pratiques au détriment d'un statut de salarié considéré de plus en plus coûteux par les employeurs.

Un abattement octroyé aux journalistes non encartés

Il faut ajouter que les professionnels non encartés mais salariés – ceux qui optent pour un régime indépendant n'y ont pas accès - bénéficient de l'allocation pour frais d'emploi de 7650 euros annuels. L'administration fiscale exige (seulement) des requérants qu'ils puissent apporter la preuve de leur activité

journalistique, en poste ou pigiste. Alors, à quoi sert la Carte de Presse aujourd'hui ? Pour reprendre les propos d'Eric Marquis, le Président de la CCIJP, sur le site journalisme.com « *La carte est un élément du statut des journalistes adopté par le Parlement en 1935 […] Le statut répondait au souci de définir ce qui distingue le journaliste professionnel des autres collaborateurs de la presse et d'obtenir des droits : congés payés, indemnités de licenciement, clause de conscience…* » On peut y adjoindre depuis 2005 des droits ouverts à la formation professionnelle pour les pigistes. Pour un journaliste de terrain et particulièrement pour celui qui n'est pas sédentarisé dans une rédaction, elle permet d'avoir accès « *aux lieux où se collecte l'information et à ses acteurs […] L'intérêt de la carte est aussi qu'elle symbolise l'unité d'une profession soumise à contrario à un éclatement croissant.* ». ●

Conseils à l'usage des pigistes qui souhaitent obtenir leur carte de presse :

- Pour une première demande la CCIJP tolère les notes de droits d'auteur
- La première demande peut s'effectuer sur la base de trois mois d'activité à la différence du renouvellement qui remonte sur 12 mois d'activité
- Un pigiste peut exercer une autre activité professionnelle, en dehors de la fonction publique et des postes d'attachés de presse.
- Le pigiste doit démontrer que 50% des ses revenus provient d'une activité de presse.

Tout savoir sur l'obtention de la carte de presse : www.ccijp.net - Syndicat national des journalistes : www.snj.fr

Philippe Barcellona : « Je suis entièrement recyclable professionnellement »

• Propos recueillis par Claudine Francini

A 28 ans, Philippe Barcellona est journaliste pigiste à France Bleu Azur depuis deux ans. Il estime aujourd'hui être arrivé au bout d'un cycle.

Comment a débuté votre carrière de journaliste radio ?

J'ai fait l'Ecole de Journalisme de Nice pendant trois ans et suis sorti major de ma promotion en 2011. Au moment d'entamer cette formation j'avais déjà 24 ans et six ans d'expérience professionnelle dans divers domaines dont la propriété industrielle. J'avais notamment été embauché par la SBM ou la BNP. La radio ne s'est pas imposée tout de suite, j'ai même été correspondant pour le sport à Nice-Matin. Et puis j'ai finalement choisi la radio. Mon stage de fin d'études de quatre mois s'est déroulé à Europe 1 et j'ai eu une offre de la rédaction de France Bleu Azur, aujourd'hui je suis le seul pigiste de la rédaction.

Quelles sont vos conditions d'emploi ?

Je suis payé au tarif de la pige chez Radio France, c'est très encadré mais le salaire est très bas : 60 euros par jour pour des journées de dix heures quelquefois. Avec la carte de presse que j'ai obtenue depuis peu, le tarif de la pige a augmenté de 15% mais je ne sais jamais à l'avance combien de jours je vais être employé dans le mois. Le fait d'avoir travaillé jeune m'a permis de mettre de l'argent de côté et je peux compter sur la solidarité familiale. Je ne suis pas du style à réclamer des aides mais je vais peut-être demander un RSA, d'autres pigistes le font. C'est un comble, je peux recevoir des aides publiques, alors même que mon employeur à la radio est déjà l'Etat. Je gagne parfois moins de 914 € par mois, soit le seuil de pauvreté.

Quelle est votre activité à la radio ?

Ma spécialité est la polyvalence. Je fais de l'info générale mais je peux aussi couvrir une manifestation sportive, un meeting politique, parler social ou économie. Quand l'OGCN a un match à l'extérieur, je couvre l'événement en intégralité, je donne tout ! La stimulation intellectuelle est permanente et c'est le but que je poursuis. J'apporte à la radio ma force de travail. Je fais rarement de propositions de sujets, je pense que mes collègues qui ont des salaires confortables peuvent se creuser la tête…

Comment vous projetez-vous dans le futur ?

Je suis meilleur journaliste radio maintenant qu'auparavant, j'ai multiplié mes compétences par trois ou quatre, c'est inestimable. J'ai un coup d'avance sur tous les jeunes qui sortent de plus en plus nombreux des écoles de journalisme et une expérience que je peux valoriser auprès d'autres employeurs. Pour autant, je ne me vois pas avec un deuxième boulot, d'abord parce que mon activité à France Bleu me demande déjà beaucoup et ensuite parce que les radios locales ont pour habitude de faire tourner les stagiaires tous les deux mois. Ma priorité est de rester dans le milieu mais je ne vais pas m'acharner non plus, je ne suis pas maso. Je suis entièrement recyclable professionnellement et prêt à prendre une autre voie s'il le faut.

Y a-t-il des possibilités d'évolution au sein de Radio France ?

Le parcours classique pour un pigiste est d'intégrer le « planning », à savoir un pool d'une dizaine de journalistes en CDD qui tournent sur les 43 locales de Radio France. Il ya deux sessions par an, je vais peut-être saisir ma chance en octobre. Après deux ans d'activité en tant que pigiste, j'arrive au bout d'un cycle et il me faut choisir. Par principe, on ne peut pas accepter de se faire exploiter ad vitam aeternam, mon expérience doit être reconnue et rémunérée. Je ne suis pas inquiet, je sais faire beaucoup de choses, je suis bilingue, j'ai un vécu professionnel. Et si j'avais un conseil à donner à tous ceux qui souhaitent faire une école de journalisme ce serait : faites quelque chose de votre vie avant ou alors soyez sûr d'être vraiment très bon. ●

Le Ravi, le canard « sérieux qui ne se prend pas au sérieux »

• Par Jean-Alexis Gallien-Lamarche

Mensuel diffusé en région Provence-Alpes-Côte d'Azur, Le Ravi compile investigations, enquêtes et dessins sur un ton acerbe et croquant. Focus sur le seul satirique régional en France.

C'est une aventure démarrée dix ans auparavant. Une aventure qui perdure dans un secteur de l'information bouleversé par les nouvelles technologies et l'instantanéité, et un pari gagné tant il est difficile de vivre dans un monde de la presse si bancal aujourd'hui.

Le Ravi est un journal atypique. Indépendant, alternatif, résolument satirique, le canard livre aux lecteurs une vision différente de la vie politique, sociale et culturelle de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur. Adepte, et premier à se revendiquer comme tel, du Slow Média - autrement dit, « donner du temps au temps » au travail du journaliste et sortir de l'urgence et du court-terme - Le Ravi propose 28 pages d'enquêtes fouillées, tribunes libres, sujets de fond, illustrées par des dessins de presse et organisées en cinq rubriques majeures : « Les enquêtes » (actualité de la région), « La grosse enquête » (le dossier du mois), « RTT » (culture, gastronomie...), « La vie de Tchatche » (sur les différentes opérations du journal en lien avec la société) et « Reportages. »

Le Ravi informe, questionne, fouille

« *L'enquête et la satire sont les deux lignes éditoriales qui nous caractérisent. C'est un journal d'opinion qui passe par de l'analyse et dont nous assumons le ton* » commente Michel Gairaud, rédacteur en chef du mensuel. Édité par l'association « La Tchatche », le canard paraît chaque premier vendredi du mois. Avec pour slogan « *Le mensuel sérieux qui ne se prend pas au sérieux* », Le Ravi informe, ques-

tionne, fouille et approfondit. Décapant! Le Ravi, et pourquoi ce nom ? « *C'est un clin d'oeil à Lou Ravi, un santon de la crèche qui a les bras levés*, explique en rigolant Michel Gairaud. *Il est l'idiot, le naïf du village et cela renvoie à notre coté journal local.* » Très attachée à son implantation dans la région, la rédaction composée de six journalistes salariés - basée à Marseille - a adopté un modèle associatif comme le prouve le dernier supplément de 32 pages sur le mal-logement en collaboration avec la fondation Abbé-Pierre. « *Les salariés sont plutôt militants. Nous prenons des chemins de traverse, sans chercher le scoop, mais en privilégiant le travail de fond et la réflexion.* »

« Un mélange de Canard Enchainé et de Charlie Hebdo »

Diffusé à environ 5000 exemplaires par mois, Le Ravi ne roule pas sur l'or. Preuve en est, la disparition à la vente du journal dans les Alpes-Maritimes. « *C'était compliqué économiquement de distribuer dans le 06. Cela fait maintenant quatre ans,* raconte Michel Gairaud. *Mais, nous avons gardé encore de nombreux abonnés dans le département.* » Alors que les recettes du journal proviennent de ventes et abonnements, subventions et partenariats, la publicité a déserté le mensuel. « *Nous avons seulement des pubs culturelles*, indique Michel Gairaud. *Nous sommes peu formatés donc nous n'intéressons pas les annonceurs.* » Un équilibre précaire mais peut-être essentiel pour rester un média citoyen et acteur du monde de l'économie sociale et solidaire. « *Nous sommes un mélange de Canard Enchainé et de Charlie Hebdo* ajoute le rédac' chef. *Nous nous efforçons à être reconnu pour notre indépendance.* » Aujourd'hui, Le Ravi organise de nombreux débats entre citoyens. Un moyen de parler en public de problématiques nationales à l'échelle locale et de fidéliser un certain lectorat. Participer à la vie démocratique, un objectif fondamental pour le journal qui n'hésite pas à s'associer régulièrement à Charlie Hebdo ou le site Médiapart pour des débats ou des enquêtes. ●

Le palmarès des « villes à fuir en PACA » fait grincer des dents les élus

Revendiquant l'analyse « *du fonctionnement et du dysfonctionnement de la vie politique* », les journalistes du Ravi réalisent une fois par an « le palmarès des villes à fuir en PACA ». Depuis 2011, ce palmarès qui sort en janvier, est scruté attentivement par tous les élus de la région. En plus d'une enquête réalisée par les journalistes du Ravi, le classement est établit en se basant sur de nombreux indicateurs objectifs provenant de sources officielles (INSEE, Agence régionale de santé, Observatoire régional de l'économie sociale et solidaire, Chambre régionale des comptes, mairies) et regroupés en quatre groupes : Liberté (la capacité de la population à s'exprimer), Égalité (l'égalité entre les citoyens), Fraternité (le vivre-ensemble des habitants) et enfin Choucroute (le dynamisme culturel). « *C'est un travail satirique où on se moque des villes. Tout est assumé. Mais, attention, c'est un exercice très rigoureux où on amasse des chiffres. On fait même appel à un économiste !* » explique Michel Gairaud. En 2013, c'est Cavaillon qui a remporté la palme du palmarès. Fréjus étant la « ville à fuir » les deux années précédentes. « *Les maires regardent de très près le classement* » prévient le rédacteur en chef après un procès intenté par un élu. ●

J.-A.G.-L.

Commune de La Gaude

La Gaude, commune 2.0

Michel Meïni : « On est en phase avec le temps »

• Propos recueillis par Pierre-Olivier Burdin

Depuis son élection en 2008, le maire de La Gaude, Michel Meïni, a oeuvré pour que sa commune passe à l'ère du numérique. Un pas de plus vers cet objectif sera effectué le 15 mai prochain, avec le lancement du nouveau site internet de la ville. Les citoyens pourront y accomplir toutes leurs demarches. Interview.

© CPM06

Comment est né ce projet de site internet ?

C'est le fruit d'un processus. Quand j'ai été élu en 2008, il y avait alors cinq mails pour toute la mairie ! C'était en totale opposition avec ma façon d'envisager l'intérêt d'internet et de la communication. J'ai fais en sorte que tous les élus et les agents puissent avoir un mail. Nous nous sommes ensuite focalisés sur le service aux citoyens, notamment dans les domaines de l'éducation et de la jeunesse. Nous avons mis en place une plateforme qui a pour vocation de servir tous ceux qui ont besoin de gérer les problématiques des enfants, que ce soit la garderie, la cantine… Elle permet de tout faire de chez soi - l'inscription, le paiement -. Deuxième étape, l'exploitation du potentiel des smartphones, afin de mettre en avant nos événements et faire connaître l'offre économique de la commune. A la même période, nous avons commencé à envoyer toutes nos invitations par mail et à réduire l'utilisation du papier car cela à un coût financier et écologique. Tous les endroits où il était possible de passer du papier au numérique, nous l'avons fait. Et naturellement, on arrive au bout de cette grande réforme en créant La Gaude 2.0.

L'orientation vers le numérique est-il un passage obligé pour une commune ?

Oui, c'est essentiel. J'ai pour idée que le travail d'un maire et d'une commune est d'écouter, de répondre et de rendre service. Même si parfois on peut dire non, l'important est d'avoir une réponse. Lorsqu'on voit l'organisation des collectivités, le seul élu que les citoyens ont devant eux, c'est le maire. Dès lors, il faut un échange permament. Cette logique aboutit à deux choses : le site internet que l'on a refait car le précédent avait besoin d'un coup de jeune, mais aussi tout le

service qu'il y a derrière. Une personne pourra venir sur le site, poser des questions au maire, signaler un problème, tout cela va être pris en compte à l'intérieur du système. C'est ce qu'on appelle la GRC (Gestion Relation Citoyen). C'est l'aboutissement d'une relation citoyenne totalement dématérialisée. L'internaute aura une réponse d'attente, il verra où en est l'avancement de son dossier et surtout qui est l'interlocuteur qui va gérer son problème. Si jamais ça n'avance pas, il pourra demander des comptes. C'est une véritable intégration de la citoyenneté dans le fonctionnement de la commune.

Pour une meilleure efficacité de vos services ?

Nous l'espérons. Dématérialiser, il faut que ce soit efficace, ce ne doit pas être seulement une marotte à propos du papier. Quand on a besoin de savoir si un dossier a été traité, quel meilleur moyen que d'interroger sa tablette et d'aller sur la base de données ? La formation des agents de la mairie est en cours. Mais ils sont déjà prêts, car on y travaille depuis mon arrivée en 2008. Cela devrait raccourcir les délais de réponse, car chacun des agents a conscience que le citoyen peut voir que ça traîne. La principale idée que se font les gens des politiques, c'est l'absence de rigueur et d'éthique, mais surtout l'absence de réponse et de considération. Le web 2.0 c'est justement un bon moyen pour rapprocher le citoyen de la structure et donc des élus.

Les Gaudois sont-ils prêts pour cette évolution ?

Ce sera à eux d'aller vers le site. On ne peut pas forcer les gens à s'y rendre. Tous ceux qui se sentent en phase avec ce projet pourront profiter de son interactivité et d'une interface très simple. On est en phase avec le temps, avec l'évolution des familles et avec ce qu'est La Gaude aujourd'hui. La commune regroupe tout de même des catégories socioprofessionnelles de haut niveau. De nombreux "IBMers", en activité ou à la retraite, habitent ici. Pourtant, on était jusque-là en retard du point de vue d'internet et de la dématérialisation. ●

Création prochaine de trois commerces

Les projets se succèdent à La Gaude, avec la creation annoncée de trois commerces à l'entrée du village à l'horizon 2014 : « *J'ai proposé que le village, qui avait perdu un peu de son dynamisme, puisse repartir de l'avant*, explique le maire Michel Meïni. *Ainsi, les commerces qui sont excentrés au fond du village pourront venir vers les lieux où la consommation est plus facile.* » Leur profil est déjà connu puisqu'il devrait s'agir d'une boulangerie, d'une boucherie et d'une épicerie. « *On livre les commerces bruts et ce sera ensuite aux commerçants de faire une proposition en termes de financement et d'aménagement* » conclut Michel Meïni.

IBM, du nouveau en mai ?

© CPM06

La direction d'IBM a fait savoir en mars dernier qu'elle ne déménagerait pas à Sophia Antipolis, comme cela avait été un temps évoqué. Malgré cette annonce, Michel Meïni reste pragmatique : « *De 33% de chances de les voir se maintenir à La Gaude, nous sommes passés à 50 %. C'est positif, mais on attend maintenant la décision finale d'IBM. Fin avril ou début mai, on devrait avoir des nouvelles.* » Le bail du géant de l'informatique se termine en février 2015 et deux options se présentent désormais : poursuivre l'activité à La Gaude ou bien déménager à Nice dans la Plaine du Var. « *Nous sommes en contact avec le bailleur, la direction d'IBM, les salariés, l'ensemble des collectivités concernées,* assure l'édile. *J'ai toujours fait en sorte que nous soyons tous gagnants dans cette affaire, avec pour véritable priorité les hommes et les femmes. Il faut aussi percevoir l'intérêt contenu dans les propositions que j'avais suggérées aux uns et aux autres.* » Notamment une baisse de loyer et un bail plus souple à l'égard de la société. La commune a, du reste, aménagé la zone en créant une école d'infirmière qui regroupe 600 étudiants. Et le projet de dynamisation ne devrait pas s'arrêter là : « *Le PLU a été travaillé de telle façon qu'on puisse accueillir du logement social pour étudiants. Nous allons aussi proposer à quelques* grandes école d'ingénieurs de venir s'installer à La Gaude. »

Ambition 2014 ?

A l'heure ou certains candidats se sont déjà dévoilés dans les A-M en vue des municipales 2014, Michel Meïni préfère temporiser : « *Je suis encore dans le temps du travail. Il est évident que c'est dans mon esprit, mais si je dois me déclarer, ce sera au dernier trimestre 2013. Je crois profondément que la gestion, quelle qu'elle soit, a besoin du temps de paix.* » La future décision d'IBM pourrait-elle peser dans les suffrages selon lui ? « *Les citoyens gaudois sont vigilants. Ils savent très bien que j'ai tout fait pour IBM, avec mes moyens, et dans la mesure où la situation n'est pas simple. C'est donc sur mon action globale que je serai jugé.* »

Véolia : inauguration d'une STEP de haute qualité environnementale à Roquebrune-Cap-Martin

De gauche à droite, devant les tours de désodorisation : Martine Bernardini, Jean-Pierre Buchoud, Patrick Cesari,Eric Ciotti, Jean-Claude Guibal et Albert Filippi.© Véolia Eau

L'assainissement des eaux usées est devenu le maillon fort du cycle de l'eau, avec un enjeu environnemental évident pour les zones littorales. Restituer à la nature une eau dépolluée sans impact sur les milieux aquatiques est, non seulement, une directive européenne transposée en droit français, mais aussi un enjeu sociétal fort. La station d'épuration de Roquebrune-Cap-Martin s'inscrit dans cette exigence. Elle a été inaugurée, vendredi 29 mars, par Jean-Pierre Buchoud, Directeur Régional de Veolia Eau Méditerranée, en présence de Patrick Cesari, Maire, Eric Ciotti, Député et Président du Conseil Général des Alpes-Maritimes, Jean-Claude Guibal, Député-Maire de Menton, Madame Colette Giudicelli, Sénateur et des élus et responsables politiques et économiques.

D'une capacité de 32.000 équivalent-habitants, cet équipement de 15 millions d'euros, financé par Veolia Eau, délégataire de service public, avec une aide de l'Agence de l'eau de 2 millions d'euros, répond, d'une part, à la réglementation et, d'autre part, aux exigences toujours plus fortes des citoyens en matière environnementale. La station d'épuration est, depuis juillet 2012, raccordée au réseau et traite les eaux usées des Roquebrunois.

La compacité de la technologie Actiflo de Veolia Eau a permis de placer l'ensemble des installations de traitement sous l'esplanade. Seule la partie administrative est visible sur la place. L'accès à la station, l'aménagement paysager en cours, la mise en œuvre de techniques pointues de traitement, tout a été étudié pour que l'éco-station soit intégrée dans son environnement. Cette station de nouvelle génération prend en compte l'enjeu énergétique et permet l'utilisation des calories récupérées sur les effluents pour la production de chaleur destinée à l'éco-quartier Cap Azur, lauréat du prix « Performances Ecologiques Mention Innovation » décerné par le Ministère de l'Écologie, du Développement durable, des Transports et du Logement, en décembre 2011.

Le chantier en chiffres

30 personnes en moyenne / jour sur le chantier avec des pics à 50 personnes
12.000 m3 de terrassement
3.000 m3 de béton
400 tonnes d'acier
1 grue avec une flèche de 55 mètres
4.000 m2 de plancher réalisé
4 tours de désodorisation enterrées
50.000 heures travaillées sans accident de travail

ZOOM SUR L'ACTU PHOTO

• Par Jean-Pierre Amet

La page photo Intermed est née en 2008. Elle a pour but de présenter une petite partie du travail du photojournalisme en montrant les deux faces d'une photo : l'image et sa légende originale
Sélectionnées par le photographe et traitant d'un évènement du département ayant une portée nationale ces photos n'ont pas pour autant vocation à être un résumé de l'actualité locale. •

Fishermen drag their net during the traditional Poutine fishing in Cagnes-Sur-Mer, southeastern France, March 22, 2013. Poutine are minute baby sardines which are exclusively fished between Antibes and Menton on the French Riviera for only 45 days each year at the end of the winter and fetch around 30 Euros per kilos at market. .
Des pêcheurs tirent leurs filets pendant la traditionnelle pêche à la poutine à Cagnes-sur-Mer, dans le sud-est de la France, le 22 mars 2013. La poutine est composée d'alvins de sardines pêchés entre Antibes et Menton sur la Côte d'Azur pendant 45 jours chaque année à la fin de l'hiver. Elle rapporte environ 30 euros par kilo au marché.
© REUTERS / ÉRIC GAILLARD

Sophie Duez's portrait, actress, project leader in the city of Nice for the renovation and the transformation of the former municipal slaughterhouses in artist studioes. Nice, southearn of France, 18 march 2013.
Portrait de Sophie Duez, comédienne, chargée de mission à la mairie de Nice pour la rénovation et la transformation des anciens abattoirs municipaux en ateliers d'artistes. France, Alpes Maritimes, Nice, 18 mars 2013.
© DIVERGENCE pour Méridien Mag / JP AMET

Sylvain Chavanel of France wins the sixth leg of the Paris-Nice cycling race, between Manosque and Nice, southeastern France, Saturday, March 9, 2013. (AP Photo/Lionel Cironneau).
Le Français Sylvain Chavanel remporte la sixième étape de la course cycliste Paris-Nice, entre Manosque et Nice, dans le sud-est de la France, le samedi 9 mars 2013.
© AP PHOTO / LIONEL CIRONNEAU